CATHERINE BERLIET
Sous la direction de
Stéphanie Brouard

ET SI J'AVAIS DU CHARISME !



Les secrets
du pouvoir
de conviction



EYROLLES

ET SI J'AVAIS DU CHARISME !

**Comment convaincre, faire adhérer, rassembler, électriser… ?
Faire bonne impression ou encore avoir un bel esprit ne suffisent pas pour faire mouche. Mais alors, quel est donc le secret des personnes charismatiques ?**

Catherine Berliet examine le charisme sous toutes les coutures et propose de modéliser cet incroyable talent.
Grâce à de nombreux exemples mais aussi à des outils et des exercices pour s'entraîner, vous apprendrez à incarner et à transmettre vos convictions, à captiver et à charmer votre auditoire, à être percutant et à susciter l'adhésion.

CATHERINE BERLIET intervient depuis 15 ans en conseil, formation, coaching de cadres et dirigeants pour le compte de grandes entreprises françaises. Elle est également auteur de *Et si je prenais mon temps !* et coauteur de *Et si je choisissais d'être heureux*

www.editions-eyrolles.com

Pour en savoir plus sur la collection,
rendez-vous sur le blog :
etsimodedemploi.wordpress.com

ET SI J'AVAIS DU CHARISME !

Groupe Eyrolles
61, bd Saint-Germain
75240 Paris Cedex 05

www.editions-eyrolles.com

La collection est dirigée par Stéphanie Brouard
https://etsimodedemploi.wordpress.com

Création de maquette : Hung Ho Thanh www.hungbook.com

Illustrations réalisées par Valérie Leblanc

ISBN : 978-2-212-56300-9

CATHERINE BERLIET

ET SI J'AVAIS DU CHARISME !

Les secrets du pouvoir de conviction

EYROLLES

SOMMAIRE

CHAPITRE 4

CONVAINCRE AVEC PANACHE

CHAPITRE 5

INCARNEZ VOTRE VERBE EN 3D

INTRODUCTION

Avoir du charisme… Cette phrase est sur toutes les lèvres et dans tous les esprits. Chacun en parle et tout le monde en rêve. Le spectre de la formule plane partout, il représente un atout majeur et une botte secrète, convoités par tous. Cette estampille, lorsqu'elle vient caractériser une personne, la propulse aussitôt sur la plus haute marche du podium, et en un instant la voilà détentrice d'un pouvoir magique et auréolée d'une puissance quasi divine : la messe est dite, il n'y a plus rien à rajouter.

Votre envie la plus profonde reste la quête de ce graal et d'ailleurs cela fait un bail que vous briguez cette habileté, comme un pirate son butin, sans savoir comment faire pour vous l'approprier.

La seule chose que vous savez, c'est qu'une fois que vous l'aurez obtenu, vous exercerez un ascendant inimaginable, qui vous ouvrira grand les portes du paradis : l'accès à la séduction, à l'influence et au pouvoir.

Vous avez toujours bavé d'envie devant les bons orateurs, crevé de jalousie face au charme déployé par certains de vos congénères. Vous salivez de convoitise en écoutant certains jongler avec les idées, se jouer des concepts et vous vous êtes toujours questionné sur la façon de vous accaparer ce don.

Bonne nouvelle, ce livre est fait pour vous !

Pas question de vous proposer un ouvrage bourré de recettes généralistes, pas question non plus d'égrener toute une série de techniques à plaquer *in extenso* et qui s'évaporeront tout de go et aussitôt.

Ce livre tient une promesse, celle de vous faire faire un voyage intérieur sur le chemin de votre intelligence émotionnelle, sur la voie de vos valeurs. Il prend le pari de vous donner accès à votre part la plus intime et la plus singulière : votre vérité. Car c'est bien ce feu intérieur qui vous rendra incroyablement vivant, présent à vous-même et aux autres et que vous vous évertuez depuis trop longtemps à maintenir sous le boisseau.

CHAPITRE 1

DÉCOUVRIR LE CHARISME SOUS TOUTES SES COUTURES

Après avoir lu ce chapitre, vous lèverez le voile sur la nébuleuse du charisme, ce qu'elle contient, la force et la puissance du rayonnement qu'elle induit, vous saurez reconnaître cette habileté et lui associer toute une série de comportements. Muni de ce premier viatique, vous découvrirez que travailler cette disposition est quelque chose de tout à fait possible, et que, finalement, ce que vous supposiez inaccessible est juste à votre portée…

« Il est grand temps de rallumer les étoiles. »

Guillaume Apollinaire

Marius, DRH d'une grande entreprise aéronautique française, a pris l'habitude de venir systématiquement présenter toutes les formations dispensées à l'intention des salariés.

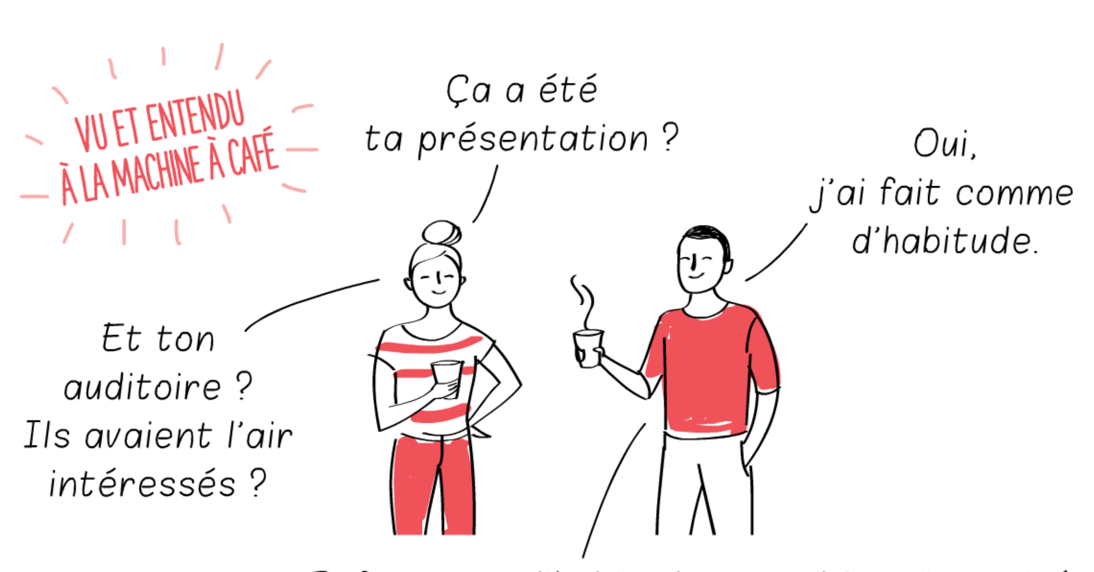
La perspective de cet exercice le réjouit car il aime ces moments, et dans le même temps, il est tétanisé à l'idée de s'exposer. Chaque fois, c'est le même scénario, il ne dort pas de la nuit craignant de devoir affronter les stagiaires. À la vérité, il se sait très léger à l'oral et sent bien que son côté timide, réservé et très « profil bas » n'arrange pas les choses.

Chaque fois c'est le même scénario, au moment d'énumérer les objectifs pédagogiques du stage, il sent le sol se dérober sous lui, sa langue se coller au palais, sa gorge se nouer. Il s'avance tout hésitant en direction de l'auditoire, et pendant quinze longues minutes, s'évertue, sans grande conviction, à égrener les arguments censés rallier les participants à la thématique du jour. La sensation de ne servir à rien le gagne et il termine invariablement en vrac et sens dessus dessous comme un pantin inerte, à cause de ce fichu trac… qui le détraque. Il s'entend ânonner quelques banalités, bafouiller, bredouiller, chuinter et ponctuer ses phrases de lourds silences plombants, tout cela sans un sourire et les yeux rivés sur la pointe de ses souliers. Il se voit se dandiner, entamer une danse de l'ours, un pas en avant, un pas en arrière… Comme à chacune de ses interventions, il perd l'assistance dans les méandres logorrhéiques de son phrasé désincarné. Et chaque fois, c'est un désastre abyssal que ni sa fonction ni son statut ne parviennent à faire oublier.

Il rejoue toujours le même scénario implacable : celui d'un bide intégral…

L'auditoire quasiment coi n'en finit pas de faire semblant, de simuler un intérêt de bon aloi et de feindre une adhésion toute relative. À la fin, le formateur prend le relais et, en quelques tirades, réussit à redresser l'audimat, en maniant allant, ferveur et dynamisme, en jonglant d'aise entre une once de légèreté, un brin de joyeuseté et un tantinet d'entregent pour *in fine* « relever le plat ».

C'est à cet instant précis que notre DRH mesure les progrès qu'il aurait à fournir pour égaler l'animateur, et par extension le pouvoir incroyable que lui donnerait un soupçon de charisme. Il entreprend d'ouvrir les yeux et de scruter les comportements de ceux qui savent parler avec aisance pour se les approprier.



ET POURQUOI CHANGER ?

Et si vous commenciez par un exercice…

EXERCICE

Donnez une définition du charisme

....

....

....

....

Pas facile, hein ?

Une fois n'est pas coutume, nous démarrons un ouvrage de cette collection par « Et pourquoi changer ? » En effet, l'un des principaux obstacles au charisme repose sur la croyance qu'il est inné. La conséquence directe de cette conviction nous dispense de travailler une habileté cataloguée comme intouchable. Autant dire que cette fatalité nous enjoint de stopper tout effort d'amélioration en nous enfermant dans la logique du : « C'est la faute à pas de chance… », et « Il n'y a rien à faire, c'est comme cela… » Ce déterminisme absolu vient à l'encontre du principe même du charisme qui, par définition, ne peut s'exprimer qu'à travers une agilité et une plasticité qui n'ont rien à voir avec un cadre préétabli.

Inné ou acquis ?

Avant d'aller plus loin, levons le voile sur un vieux serpent de mer qui laisse planer un doute depuis la nuit des temps : « Naissons-nous avec du charisme ou, au contraire, est-ce une disposition qui s'acquiert pas à pas ? » La bataille entre l'inné et l'acquis fait rage, perdure et nous rend perplexes. Alors, aptitudes naturelles ou compétences à cultiver ?

Le psychologue social Serge Moscovici, dans *L'Âge des foules*[1], le reconnaît : « Aujourd'hui, le mot "charisme" est devenu si populaire que même les journaux à grand tirage l'utilisent, le supposant compris de leurs lecteurs. Sa fortune doit beaucoup à son obscurité et à son imprécision. Il éveille en nous des échos mystérieux. »

Le Larousse parle :

- d'« influence sur les foules d'une personnalité dotée d'un prestige et d'un pouvoir de séduction exceptionnels » ;
- d'« ensemble de dons spirituels extraordinaires (glossolalie, miracles, prophétie, visions…) octroyés transitoirement par l'Esprit-Saint à des groupes ou à des individus en vue du bien général de l'Église ».

Une grâce qui serait ainsi mâtinée de séduction, un trait de caractère qui incarnerait un don de l'esprit tout à fait exceptionnel et hors du commun porté par un individu ou un groupe en vue du bien général, avec pour ambition la capacité à exercer une influence. D'autres, à l'instar de saint Paul, pensent que le charisme constitue le don de la vie chrétienne reçu au baptême. Le général Charles de Gaulle, lui non plus, n'échappe pas à la tentation de voir dans le

1. Serge Moscovici, *L'Âge des foules*, Fayard, 1981.

charisme une qualité innée. Dans *Le Fil de l'épée*[2], il parle de certains hommes qui « exhalent de naissance un fluide d'autorité qui, tout comme l'amour, ne s'explique pas sans l'action d'un inexplicable choc ».

Le mot « charisme » vient du grec *kharisma* qui exprime la grâce. C'est une faculté accordée par Dieu. D'aucuns voient donc le charisme comme « un don particulier, conféré par une grâce divine, pour le bien commun » (Petit Robert). Cette disposition divine insufflée à certains par l'opération du Saint-Esprit, ou par quelques bonnes fées penchées sur leurs berceaux, a laissé planer croyances et *a priori* dans les inconscients collectifs. En particulier l'idée que « le charisme ne se travaillerait pas », mais qu'il se recevrait plutôt à la naissance. Un principe qui a la vie dure, mais que nous nous attacherons à faire voler en éclats.

Ainsi, pensez-vous *sérieusement* que tous les leaders d'aujourd'hui aient reçu la grâce ?

Si Max Weber[3] (1864-1920), fondateur de la sociologie et économiste allemand, continue à voir dans le charisme une caractéristique innée, il apporte cependant sa pierre à l'édifice avec la notion de charisme en politique. Il définit le substantif « charisme » comme une qualité extraordinaire propre au leader, reconnu comme ayant des traits hors du commun et des pouvoirs quasi surnaturels. Le sociologue distingue deux formes de charisme :

- le charisme prophétique : la croyance en la qualité extraordinaire d'un personnage, qui est, pour ainsi dire, doué de forces ou de caractères surnaturels ou surhumains ou tout au moins en dehors de la vie quotidienne, inaccessible au

2. Charles de Gaulle, *Le Fil de l'épée*, Perrin, 2010.
3. Max Weber, *Économie et société*, Pocket, 2003.

commun des mortels ; ou encore qui est considéré comme envoyé par Dieu ou comme un exemple, et en conséquence considéré comme un « chef » ;

- le charisme de fonction : inhérent à la position occupée et qui confère un pouvoir exceptionnel. Par exemple : la reine d'Angleterre ou l'émir du Qatar.

La définition qu'en donne Wikipédia est : « *Aura indéfinissable*[4], talent que semble posséder quelqu'un, souvent lié à sa prestance, qui est capable de susciter l'adhésion, la fascination d'un grand nombre de personnes » (en précisant « par extension »).

Si l'on entrevoit ici que le charisme n'est plus aujourd'hui perçu comme quelque chose provenant du divin, il n'en reste pas moins indéfinissable, du ressort du « je-ne-sais-quoi ».

Dès l'Antiquité, Socrate nous dit que seul un petit nombre d'individus possède la vision et les dons physiques et mentaux demandés à un « chef » pour se placer au-dessus des citoyens. Il pointait déjà les caractéristiques du leader charismatique : vitesse d'apprentissage, bonne mémoire, ouverture d'esprit, vision, mais aussi une présence physique et des réussites marquantes. Sous-entendant ainsi que le charisme s'acquiert.

Dans cette perspective, Richard Wiseman, professeur de psychologie de la University of Hertfordshire, voit le charisme comme une aptitude à demi innée, à demi acquise. Selon ce même professeur, tout leader charismatique, possède trois qualités dominantes :

- il vit ses émotions intensément ;
- il amène les autres à les exalter ;
- il résiste à l'influence des autres personnes charismatiques.

4. C'est moi qui souligne.

Alexandre Dorna[5], psychosociologue qui s'est intéressé au charisme du chef, fait référence aux travaux d'A. R. Willner[6] (1984), sur les quatre propriétés propres au charisme :

- l'image perçue du leader ;
- l'acceptation de ses idées ;
- la relation d'observance et de soumission ;
- le compromis émotionnel.



BON À SAVOIR

Comprendre que la forme l'emporte souvent sur le fond

Impossible de parler du charisme sans évoquer le grand psychologue et sociologue français du XIXe siècle que fut Gustave Le Bon (1841-1931), qui expliqua le charisme dans *Psychologie des foules* sans jamais le nommer. Pour lui, ce qui fait le prestige du meneur d'hommes, c'est son comportement, son autorité naturelle et ses vocalisations beaucoup plus que ce qu'il dit. Il parle de fascination et de séduction.

« Le type du héros cher aux foules aura toujours la structure d'un César. Son panache les séduit, son autorité leur impose et son sabre leur fait peur. » (Gustave Le Bon, *Psychologie des foules* [1895], PUF, 2013.)

5. Alexandre Dorna, « Dossier spécial : le charisme du chef », *Cahiers de psychologie politique*, n° 13, 2008.
6. A. R. Willner, *The Spellbinders. Charismatic Political Leadership*, Yale University, 1984.

Pour qu'il y ait charisme, la présence de l'autre s'impose, son regard, son écoute et ses émotions, car il s'agit bien de toute une dynamique relationnelle. Tout seul, je ne peux prétendre être charismatique sans passer pour un arrogant narcissique. Pour que la personne charismatique puisse émerger, elle aura besoin :

- d'évoluer dans un contexte environnemental et social caractérisé par une mise en danger ou une difficulté ;
- d'arriver dans un contexte où elle est inconsciemment attendue par des personnes qui ont besoin d'un sauveur, un chef, un gourou ou un mentor et qui rêvent d'exploits ;
- de suivre une personne ayant toutes les habiletés pour les valoriser et les guider.

Prendre exemple

Alors est-il possible de modéliser cette capacité « hors du commun » ? Peut-on transformer ce processus mystérieux en mécanismes d'apprentissage ciblés et pertinents ? La réponse est oui, car comment se cantonner à l'idiome : « En avoir ou pas. » Pour vous en persuader, il vous suffira d'observer la progression phénoménale de certains de vos congénères qui, après être passés par les affres de la timidité, du trac, et du manque de présence, ont fini par réussir.

Je vous propose d'épingler George Clooney et d'étudier son parcours professionnel. Si vous visionnez l'acteur dans *Le Retour des tomates tueuses* et que vous le comparez au George Clooney de la publicité Nespresso, susurrant : « *What else ?* », que notez-vous ? D'un côté, un acteur

débutant et ringard, jouant dans un navet de série Z en 1988 et, de l'autre côté, un George Clooney séducteur et charismatique. Le constat est bluffant vous en conviendrez, tant il illustre le chemin parcouru.

Comme nous venons de le voir, la perception du charisme a évolué au fil des siècles, même si elle continue d'éveiller en nous moult interrogations. Il n'en demeure pas moins que nous lui associons grâce, charme, séduction et des traits de caractère à la fois exceptionnels et tout à fait atteignables pour quiconque a décidé de se les approprier à grand renfort de positivité et de perspicacité.

La bonne nouvelle, c'est que le charisme s'acquiert, se travaille, se façonne, se peaufine et qu'il ne tient qu'à vous de vous atteler à cette disposition future. À l'instar des sportifs de haut niveau, il vous suffira de vous entraîner, de vous discipliner, sans vous décourager, et de vous challenger sur les résultats que vous voulez obtenir.

Bien sûr, c'est un acteur, mais pensez-vous que sa réussite aujourd'hui soit le fruit de talents innés ? Ou au contraire, mesurez-vous la maîtrise, la rigueur, la persévérance qu'il a dû déployer pour en arriver là. Vous voyez : le charisme est à votre portée à condition de travailler !

Et maintenant, un petit exercice…

EXERCICE

Et si vous vous évaluiez…

Possédez-vous les ferments du charisme ?

Cochez les phrases avec lesquelles vous êtes d'accord.

« Je suis tourné vers les autres. »

« J'aime prendre la parole. »

« J'ai à cœur de faire partager mes convictions. »

« Chacun ses idées, cela ne regarde personne. »

« Je n'ai pas peur de me faire tacler. »

« Rallier les autres à ma cause, un vrai challenge. »

« Le fond sans la forme, c'est une hérésie ! »

« J'aime le parler franc, le parler clair. »

« Je suis déterminé et ne crains pas la contradiction. »

« Je laisse mes détracteurs aller jusqu'au bout de leur démonstration. »

« J'adore les joutes oratoires. »

« J'ai conscience de l'importance de ma voix quand je parle. »

« Parler devant une grande assemblée me plaît et me stimule. »

« La rhétorique : un art oratoire à maîtriser. »

« Mon regard est un puissant levier dans ma communication. »

Résultats : comptabilisez 1 point par oui obtenu.

Si vous avez 15 points : bravo ! Vous êtes sur la bonne voie. C'est grâce au regard juste que vous savez porter sur vous, grâce aussi à votre envie d'accéder à l'excellence et à la discipline que vous vous imposez. Continuez !

.../...

.../...

Si vous avez entre 5 et 10 points : courage ! Vous progresserez en travaillant avec un coach ou en suivant les conférences TED... Ou encore en vous inscrivant à Toastmasters.

Si vous avez entre 0 et 5 points : le chemin sera plus long, il commence avant tout par l'acquisition d'une meilleure confiance en vous. Osez vous lancer et surtout pensez que vous possédez tous les ferments du charisme.

Vous venez de faire un bilan sur le niveau de charisme que vous estimez avoir, ceci est un premier pas dans votre cheminement.



BON À SAVOIR

Les conférences TED, nées d'une association à but non lucratif en 1984 aux USA, ont été créées pour exprimer des idées qui valent la peine d'être diffusées (*Ideas worth spreading*). Sous un format contraint de dix-huit minutes, ces conférences disponibles sur le Web sont des propagateurs d'idées. Il en existe de très intéressantes sur le sujet qui nous occupe, en particulier sur la façon d'améliorer sa communication, sa capacité à influencer et à convaincre.

LES CLÉS POUR CHANGER

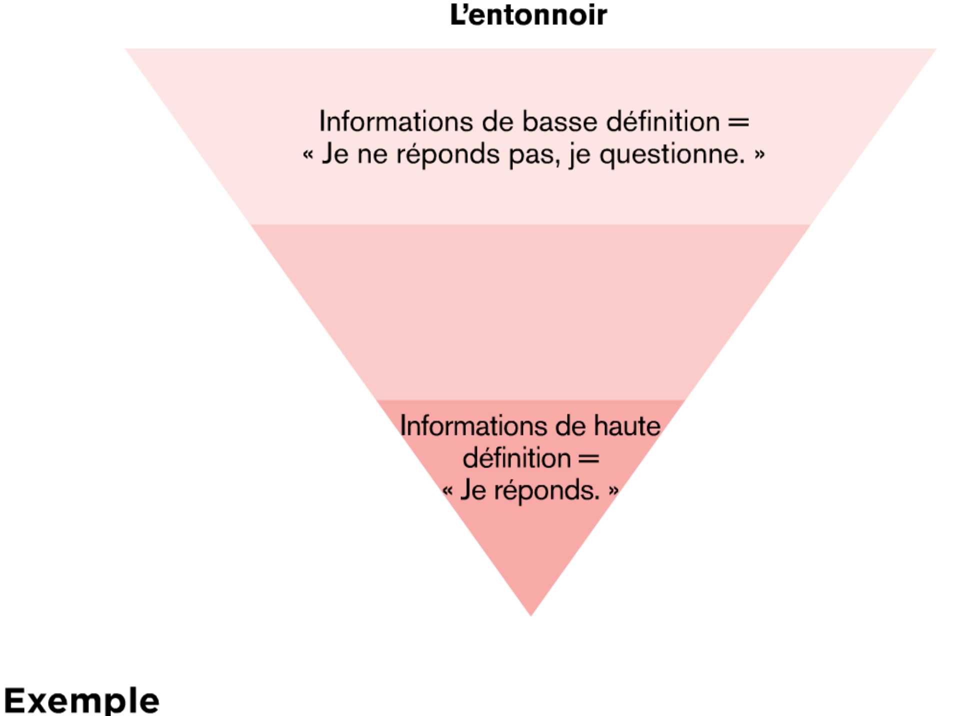
À présent, vous voilà prêt à passer à l'action.

Écouter… mais écouter vraiment

Qu'il est difficile de tendre l'oreille pour écouter vraiment. Nous parlons plus que nous n'écoutons. Goethe nous le confirme en nous assurant que : « Parler est un besoin, écouter est un art. » Attachez-vous à écouter les mots derrière les mots, car comme le dit malicieusement René Char : « Les mots qui vont surgir savent de nous ce que nous ignorons d'eux. » Pour communiquer correctement, vous vous mettrez au diapason de vos interlocuteurs, sur le même canal ou sur la même fréquence. Pour cela, vous aurez à écouter en profondeur, sous peine de faire fausse route et de manquer votre cible. L'écoute profonde consiste à relever toutes les généralités et toutes les omissions égrenées au fil du message afin de demander une spécification.

Considérez que tout ce que vous positionnerez en haut de l'entonnoir page suivante sera de basse définition, c'est-à-dire générique et flou, et tout ce que vous positionnerez en bas de l'entonnoir sera de haute définition, soit spécifique et précis. Systématiquement, vous vous interrogerez en votre for intérieur : « Le message est-il de basse ou de haute définition ? » Dans le premier cas, le questionnement s'impose et mérite une clarification pour éviter erreurs, doublons, quiproquos, malentendus ; dans le second, vous pourrez répondre directement sans crainte.

L'entonnoir



Exemple

Imaginons que votre N+1 vous dise en entretien annuel d'évaluation : « Je trouve que vous n'avez pas été suffisamment communicant en 2016 », si vous répondez *ab irato* sans pointer les distorsions du message, vous vous mettez en danger. L'attitude d'écoute à adopter consiste à noter que « suffisamment communicant » est une généralité, car « pas communicant » pour lui, n'est pas « pas communicant » pour vous. « La carte n'est pas le territoire », dirait Alfred Korzybski, créateur de la sémantique générale. Ainsi, vous vous transformerez en miss Marple ou en Hercule Poirot, et questionnerez pour obtenir une information spécifique qui vous permettra d'argumenter en vous basant sur des points concrets et des faits précis. La question la plus pertinente à poser étant : « Qu'entendez-vous par “pas suffisamment communicant” spécifiquement ? »

Il y a deux façons d'écouter, l'écoute diffuse d'informations floues générant des réponses inappropriées, et l'écoute

perçante qui relève les généralités pour les pointer et faire préciser en questionnant. Écouter, ça s'apprend ; donc, entraînez-vous. C'est à vous !

EXERCICE

Appliquez-vous à écouter

Répondez aux questions et affirmations suivantes en détectant chaque distorsion et en clarifiant les propos avec un questionnement approprié afin d'optimiser votre communication.

1. « J'ai travaillé avec Eugène sur ce dossier, mais il était toujours aussi désagréable. Que devais-je faire ? »
2. « J'ai contribué à l'avancement du projet comme tout le monde. »
3. « Ce n'est rien de personnel, Bianca, je ne pense pas que nous sommes faits pour nous entendre. »
4. « Lucas, lorsque vous livrerez ce matériel au service informatique, demandez-leur des bons. »

Réponses :

1. Le mot « désagréable » doit être précisé : « Qu'entends-tu par "désagréable" ? »
2. L'expression « comme tout le monde » est générique et demande à être explicitée au moyen du questionnement suivant : « Peux-tu m'indiquer de quelle façon tu as procédé ? »
3. Cette opinion mérite un éclairage, vous poserez la question : « Qu'est-ce qui te fait dire cela ? »
4. Ce flou autour du mot « bons » doit vous pousser à demander : « Pouvez-vous m'indiquer de quel type de bons il s'agit ? »

Nos propos et ceux des autres sont souvent évasifs, à vous de relever le flou qui émaille vos conversations en utilisant votre outil de mesure symbolique : l'entonnoir (*cf.* p. 15).

Pour augmenter votre écoute, vous :

- préférerez « chercher à comprendre avant d'être compris[7] » ;
- saurez demeurer silencieux ;
- respecterez la parole d'autrui ;
- manierez la langue qui ouvre et élargit le débat ;
- reformulerez par sécurité ;
- éviterez de couper court par des formules du style :
  - « Là n'est pas la question »,
  - « Moi, à votre place »,
  - « Je sais ce que vous allez me dire »,
  - « Je vous arrête tout de suite »,
  - « J'allais vous dire la même chose ».

Écouter à tympan total

Vous avez la possibilité d'adopter un style d'écoute en lien avec le profil cérébral de votre interlocuteur. Le chercheur William E. « Ned » Herrmann (1922-1999), qui a profilé et modélisé les modes de pensées et les préférences comportementales dans le fonctionnement cérébral humain, s'est rendu compte que chaque individu privilégie une région de son cerveau lorsqu'il observe, décide et agit. Ce modèle dit « modèle Herrmann » est divisé en quadrants, pour les quatre styles de traitement de l'information :

7. Stephen R. Covey, Seven Habits of Highly Effective People, Wïhiboahs, 1989.

- l'hémisphère cérébral dit « gauche » privilégiant la raison et la méthode ;
- l'hémisphère cérébral dit « droit » privilégiant l'imagination et le sentiment.

Cortical gauche	Cortical droit
Limbique gauche	Limbique droit

Le cortical gauche sera très friand de faits détaillés, tandis que **le cortical droit** aura une approche beaucoup plus globale et une vision plus stratégique des situations. **Le limbique gauche** privilégiera les approches pragmatiques et s'intéressera plus au comment et aux méthodes. **Le limbique droit**, quant à lui, envisagera chaque situation sous l'angle humain, en lien avec les valeurs de l'interlocuteur.

Nous pourrions imaginer une « écoute absolue » ou « à tympan total » qui nous ferait passer par tous les quadrants du modèle de Ned Herrmann, du cortical au limbique gauche et droit :

- une écoute analytique très attentive aux chiffres, aux résultats, à la logique d'un récit ;
- une écoute pragmatique plus à la recherche des modes opératoires de son interlocuteur, aux moyens qu'il met en œuvre pour organiser sa pensée ;
- une écoute stratégique qui tiendrait compte des idées, des intentions, des solutions envisagées par l'autre ;
- une écoute empathique qui consisterait à s'intéresser à l'aspect humain, émotionnel, et aux valeurs de l'autre.

Cette écoute s'incarnerait à travers une reformulation ou un questionnement spécifique à chaque typologie.

Exemple

J'utilise le questionnement ou la reformulation qui convient :

- écoute analytique : « Qu'entendez-vous par… spécifiquement ? » ;
- écoute pragmatique : « Comment comptez-vous vous y prendre ? » ;
- écoute stratégique : « Quelles sont les solutions que vous proposez ? » ;
- écoute empathique : « Que ressentez-vous ? ».

L'écoute profonde vous permet également de vous connecter à autrui en allant chercher sa fréquence, son prisme, sa façon de voir les choses, son univers personnel, autant dire toute une acuité attentionnelle portée et focalisée sur l'autre, tout un art.

Se fixer en priorité des objectifs

Derrière l'éloquence et la posture se nichent une intentionnalité, un désir, un besoin impérieux de reconnaissance, une quête de différenciation ou une envie irrépressible d'expression de ses idées. L'éloquence et la rhétorique sont également des marqueurs du charisme.

Sur le chemin qui mène à cette aptitude, vous vous fixerez des priorités, car vous ne pourrez pas tout travailler en même temps. Puis ces priorités deviendront des buts que vous transformerez en objectifs.

Identifiez un but en lien avec les axes d'amélioration que vous vous êtes choisis. Exemple : « Je veux augmenter ma force de conviction. »

Si vous vous cristallisez sur cette injonction personnelle, il y a de fortes chances pour que votre cerveau ne parvienne jamais à accéder à l'information que vous lui envoyez. Pourquoi ? Trop flou, trop imprécis…

En effet cette information, « Je veux augmenter ma force de conviction », est générique et de basse définition, ce qui rend le passage à l'action compliqué et erratique.

À vous de transformer votre décision en information de haute définition, c'est-à-dire suffisamment spécifique et précise pour que vos neurones aient tous les éléments nécessaires à la mise en place de votre intention et induisent par là même une mise en œuvre facilitée.

Cheminer du but vers l'objectif sera votre garantie d'un passage à l'acte ciblé.

Nous savons que les personnes qui visent l'excellence sont des personnes qui ne fonctionnent que par objectifs.

S'assigner des ordres de mission personnelle ou fixer des objectifs, c'est se faire à soi ou aux autres une déclaration spécifique d'un résultat attendu. Et c'est encore se donner ou donner les moyens d'atteindre un but, *via* des actions concrètes et opérationnelles.



Formulez un objectif SMART, c'est-à-dire :

S comme **S**pécifique

Si je dis « Je veux convaincre plus », ce n'est pas spécifique. Préférer une formule comme : « Je veux que mes collaborateurs adhèrent aux valeurs de notre entreprise. »

M comme **M**esurable

Si je dis « Je veux persuader davantage », ce n'est pas mesurable. Mieux vaut dire : « Je veux que chacun des ordres que je donne soit exécuté. »

A comme **A**mbitieux

Si je dis « Je ne veux pas être à court d'arguments », c'est négatif et cela manque d'ambition. Je choisirai une formule du style : « Je veux préparer un argumentaire pour être plus à l'aise… »

R comme **R**éaliste

Si je dis « Je veux rallier le monde entier à ma cause », ce n'est pas réaliste. Je pencherai plutôt pour : « Je veux convaincre mes collaborateurs de… »

T comme **T**emporel

Si je dis « Je veux argumenter, convaincre et négocier », ce n'est pas temporalisé. J'opterai donc pour : « À partir du 1er trimestre 2016 je m'obligerai à argumenter, convaincre et négocier… »

En énonçant un objectif SMART, vous enverrez des signaux suffisamment précis à votre cerveau pour qu'il passe à l'action. Exemple : « À partir de demain, je décide de préparer chacune de mes interventions orales pendant une heure et d'intégrer systématiquement dans mon argumentaire des éléments de rhétorique. »

Modéliser à partir de différentes figures

Je veux alerter le lecteur, le mettre en garde et lui rappeler qu'acquérir les composantes du charisme, s'approprier les différents éléments de cette qualité ne se limite pas à la mise en œuvre de méthodes, de trucs, d'astuces, glanés au fil d'ouvrages ou d'émissions cathodiques. C'est bien plus que cela, c'est par le biais de l'observation et de votre capacité à décortiquer postures, comportements, qualités, que vous égalerez le maître, cela s'appelle « modéliser ». Curieusement, c'est en prenant l'habitude de faire « comme si » que petit à petit vous trouverez la posture convoitée, et qu'à la longue vous finirez par devenir celui ou celle qui vous fait briller les yeux. En mimant artifices et automatismes, vous parviendrez à revêtir le costume idoine et finirez par approcher vos modèles.

Dans la Rome antique, la rhétorique occupait une grande place dans la vie des citoyens, lesquels devaient s'exprimer, donner leur point de vue, le faire partager, dans des domaines aussi bien juridiques, politiques qu'économiques, et tout ceci en place publique. C'est pourquoi ils s'employaient à l'étudier, et la voyaient comme un outil de première nécessité pour peaufiner leurs envolées verbales ou leurs plaidoyers.

Au fil du temps, cet art oratoire s'est dissipé pour n'exister que dans les prétoires ou sur les bancs de l'Assemblée. Aujourd'hui, nous mesurons et redécouvrons chaque jour un peu plus le poids de cette compétence et portons un intérêt spécifique aux vertus de l'éloquence et de la rhétorique : composantes incontournables du charisme.

À chacun son modèle, à vous de trouver celui qui vous inspire en fonction de qui vous êtes, et surtout de qui vous voulez devenir. Écoutez, regardez, scrutez, pour mieux vous imprégner et vous approprier son savoir-faire.

Théoriser comme Aristote

Né en 385 avant J.-C., le philosophe grec de l'Antiquité, également surnommé « le Stagirite », considérait la rhétorique comme un enjeu de pouvoir et un art utile qui repose sur l'ethos, le logos, le pathos :

- **l'ethos** fait référence à une personnalité, à une prestance, à une force de conviction, à la réputation de l'orateur qui sait produire une impression favorable sur son public. L'ethos se développe à travers l'utilisation de témoignages, d'anecdotes personnelles, d'histoires de réussite. L'orateur utilisera le contact oculaire, le langage du corps harmonieux, une richesse vocale et l'expressivité, le tout en parfaite congruence ;
- **le logos** fait référence au côté rationnel, logique, argumenté du discours, il utilise les outils que sont les faits, les bénéfices, les graphiques, les données, les nombres, les statistiques, les résultats de la recherche. Il permet d'esquiver les objections. Dans une plaidoirie d'avocat, il réside dans l'énoncé des faits et dans le droit. Il fait appel à l'expertise, et à une maîtrise sur le fond mais aussi à une excellente connaissance de son sujet ;
- **le pathos** fait référence aux émotions, à la séduction, mais aussi à l'empathie. Il sert à toucher la corde sensible *via* la rhétorique émotionnelle. C'est utiliser à parts égales, le Je, le Nous, et le Vous, et manier le bâton et la carotte.

Persévérer comme Démosthène

Modèle d'éloquence cité par Cicéron, il vécut au IVe siècle avant J.-C. et fut l'un des plus célèbres orateurs de la Grèce antique.

Des débuts oratoires chaotiques, un public peu complaisant moqua son élocution en le huant, le conspuant et en critiquant violemment sa façon de s'exprimer. Embastillé par le trac, son articulation laissait à désirer, en particulier sur la prononciation des « r », sa voix faiblarde, sa gestuelle maladroite. De plus, il était secoué par un tic qui lui agitait régulièrement l'épaule.

En dépit de ses mauvaises premières expériences, il s'escrima à poursuivre ses interventions publiques et il s'y attela avec tant de pugnacité pour défendre ses idées politiques qu'il devint l'homme que nous reconnaissons aujourd'hui pour son éloquence.

EXERCICE

Singez Démosthène

Pour délier sa langue et pallier son déficit d'articulation et de prononciation, Démosthène s'entraînait à parler avec des galets dans la bouche. Cette technique, désormais appelée « les cailloux de Démosthène », est utilisée par les orthophonistes pour améliorer la diction.

1. Ramassez un petit galet bien rond et érodé sur le bord de la plage, positionnez-le dans votre bouche et déclamez quelques phrases de votre choix à haute et intelligible voix. La gêne qu'occasionnera cet objet inattendu vous obligera à articuler exagérément dans le but d'être audible et surtout compris de tous. De plus, vous entraînerez vos muscles buccaux, linguaux et tout le toutim, ce qui améliorera considérablement votre élocution orale.
2. Enlevez le galet, et continuez de réciter vos formules : vous serez surpris de la fluidité de votre discours.

Tout à l'idée de remédier à son tic à l'épaule, Démosthène décida de confier sa posture au miroir. Il positionna une épée le long de son corps en orientant la pointe sous son aisselle. Quand son tic le reprenait, il était aussitôt renseigné sur la posture de son épaule par les piqûres douloureuses qu'elle lui occasionnait.

Sans jouer au samouraï, contentez-vous d'utiliser une technique tout aussi efficace et moins guerrière qui vous permettra de contrôler votre gestuelle et de limiter les mouvements parasites et involontaires.



Contenir son flot de paroles

1. Remplissez un bol d'eau, à ras bord, et prenez-le à deux mains.

2. Commencez à déclamer votre discours, attachez-vous à ne pas renverser d'eau, ce qui vous demandera un port altier et bien droit.

3. Filmez-vous, observez-vous et rectifiez le tir.

Se mettre en scène comme Cicéron

Le plus célèbre des orateurs romains est né en 106 avant J.-C. Dans la rhétorique cicéronienne, l'orateur est un acteur qui se donne en spectacle et s'offre à son public. Il livre un combat avec véhémence, passion, émotion, et s'arrange pour que le verbe se fasse chair à travers théâtralisation

et histrionisme. Le pathos est bien là pour troubler l'auditoire, l'entraîner à travers toute la palette de la grammaire émotionnelle. Cicéron touche au sublime et s'en donne les moyens en diffusant des paroles passionnelles pour impacter et sensibiliser son auditoire et arriver à obtenir ce qu'il veut.

Théoricien de l'éloquence, il rédige un traité sur la rhétorique dans lequel il estime que l'art oratoire s'articule autour de trois piliers :

1. *Quid dicat* (quoi dire) : l'invention. Prouver par la nécessité et démontrer par la rigueur de l'argumentation ;
2. *Quidque loco* (dans quel ordre) : la disposition. Charmer et plaire par l'agrément et par la qualité de son style ;
3. *Quo modo* (de quelle façon) : l'élocution ou l'action. Émouvoir par l'humour ou le pathétique.

En d'autres termes :

1. vous énoncerez vos idées et vos informations factuellement et argumenterez sur des éléments concrets plutôt que sur des avis et des jugements ;
2. vous tiendrez compte de l'articulation de vos propos, de la stylistique et de la rhétorique ;
3. vous ferez parler votre cœur, donnerez vos sentiments, manierez humour et drôlerie.

Et si vous appreniez à différencier les faits des opinions, des sentiments justement... Vous vous donneriez déjà l'occasion d'enrichir vos argumentaires.

EXERCICE

Considérez, interprétez ou ressentez les faits

Pour appliquer les principes de Cicéron, vous vous essaierez à la reconnaissance des phrases énoncées dans le tableau ci-dessous en pointant s'il s'agit d'un fait (F), d'une opinion (O) ou d'un sentiment (S) :

Affirmations	F/O/S
« Je n'étais pas à ma place dans cet environnement. »	
« Je suis persuadé d'avoir raté mes examens. »	
« Je trouve qu'il n'est vraiment pas professionnel. »	
« J'étais ridicule quand j'ai pris la parole lors de cette réunion. »	
« Il m'a dit je serai là à 20 heures et il est arrivé à 20 h 30. »	
« Il était débraillé et habillé sans goût ni grâce. »	
« Il avait l'air passablement éméché ce soir-là. »	
« Ce dîner n'était vraiment pas convivial. »	
« Je ne me suis pas sentie incluse dans ce groupe de réflexion. »	
« Je me suis aperçu qu'il était colérique et désagréable. »	
« La Terre est ronde. »	
« L'alphabet compte 26 lettres. »	

Réponses :
S – O – O – S – F – O – O – O – S – O – F – F.

Faire rêver comme Steve Jobs

Plusieurs années après sa mort, le cofondateur et patron d'Apple continue de fasciner. En analysant la rhétorique de ses présentations, deux chercheurs britanniques, Laura Alexa Klaering et Loizos Heracleous[8], ont décelé les éléments clés de son succès. Ils ont observé et découvert à quel point il savait :

- utiliser un champ d'expression large ;
- jouer d'un vocabulaire nuancé ;
- se servir du registre émotionnel ;
- équilibrer les trois instances que sont ethos, logos et pathos.

Pour faire adhérer, il s'employait à embarquer son auditoire sur le registre émotionnel, afin de mieux l'entraîner dans son univers, et ainsi le faire rêver. C'était sa doctrine et il martelait à ses équipes de commerciaux : « Ne vendez pas des produits, vendez du rêve ! » En bon Américain qui se respecte, il poussait même l'exercice jusqu'à leur conter des histoires de bons et de méchants, pour mieux faire valoir la morale de l'histoire qui venait corroborer ses propos.

Il se servit du registre de l'émotion en 2008 lorsqu'il fut mis en cause dans une affaire de stock-options antidatées. Lors de sa déposition devant la SEC, et à court d'arguments, il utilisa le pathos.

Que fit-il exactement ? Il ne chercha aucunement à nier ce qui lui était reproché, mais beaucoup plus à entraîner ses

8. Laura Alexa Klaering et Loizos Heracleous, « Charismatic leadership and rhetorical competence : an analysis of Steve Jobs's rhetoric », *Group and Organization Management*, 25 mars 2014.

interlocuteurs sur le registre des émotions en dressant de lui un portrait « d'homme d'affaires se sacrifiant et plaçant l'intérêt de son entreprise bien au-dessus du sien », notent les auteurs de l'étude. Il se présentait en homme concerné par le sort de ses salariés.

À l'inverse, quand sa crédibilité était élevée, il jouait beaucoup plus sur le registre du logos et délaissait le pathos. C'est en tout cas ce qu'a exploré Loizos Heracleous, professeur de stratégie à la Warwick Business School et coauteur de l'article.

Pour devenir charismatique, vous vous assignerez de grands desseins, et suivrez les conseils de Machiavel qui affirmait : « Ne faites pas de petits plans car ils n'ont pas le pouvoir de stimuler l'âme. »

ESSAYEZ QUAND MÊME

Tout cela vous semble inatteignable, complexe.

Faire « comme si »

Une approche nous intéresse ici plus particulièrement, celle d'Amy Cuddy, psychologue. En particulier lorsqu'elle martèle : « *Fake it to do it.* » Quand elle propose ce slogan, elle rejoint fortement la théorie de William James (1842-1910), pionnier de la psychologie moderne, qui disait : « Si vous voulez une qualité, agissez comme si vous l'aviez déjà. » Ainsi, vous ferez « comme si », et le fait de vous mettre dans la posture de celui qui agit « comme si » vous permettra

d'atteindre la compétence choisie. Les pensées se déclencheront après que le corps a agi. Ne dit-on pas d'ailleurs que le mouvement aide à l'idéation.

Si vous voulez, vous pouvez. Il vous suffira d'observer les agissements de ceux qui vous inspirent pour calquer vos gestes, vos mots, votre posture à leurs gestes, leurs mots, leurs postures…

Singez les comportements que vous convoitez et vous serez surpris de constater qu'en plaquant une attitude, elle deviendra familière puis habituelle et finira par devenir une seconde nature. La recherche en psychologie nous affirme que nous avons le pouvoir d'influencer notre morale en optant pour des comportements aidants. Le *calquing* ou « synchronisation sur l'autre » et la pensée positive vous permettront de progresser sans vous mettre en danger.

Ainsi :

- si vous voulez être heureux, comportez-vous comme les gens heureux. Penchez-vous sur l'éthologie des gens heureux et adoptez l'éventail des stratégies qu'ils utilisent, à savoir la connexion sociale, mais également l'expression de leur gratitude. Entraînez-vous à remercier, à féliciter, à encourager au moins deux personnes par jour ;
- si vous voulez prendre confiance en vous, agissez comme ceux qui détiennent une confiance inébranlable en eux. La psychologue Sarah Snodgrass a demandé à deux groupes de choisir entre deux styles de démarche :
  - soit une démarche à grandes enjambées, tête haute, en balançant les bras de façon prononcée,
  - soit une démarche lente, à petits pas traînants, tête baissée.

Tous ceux qui optèrent pour la première option étaient des personnes confiantes et heureuses, les autres beaucoup moins. À vous de fuir les comportements des timides qui occupent peu l'espace, cherchent à se rapetisser, à se sous-inclure. Les travaux d'Amy Cuddy démontrent que s'approprier des poses énergiques ou des gestes qui monopolisent l'espace influence nos taux hormonaux après deux minutes seulement d'entraînement. Ces postures vous redonnent confiance en vous et diminuent votre stress. Dans un test clinique, elle oppose les *low power poses*, ou poses de faible pouvoir, aux *high power poses*, poses de pouvoir, c'est-à-dire les postures de faible puissance aux postures de toute-puissance. Elle arrive à la conclusion unique que, après deux minutes, les postures de retrait et de sous-inclusion augmentent de 15 % notre taux de cortisol (hormone du stress) et baissent de 10 % notre taux de testostérone (hormone de la confiance en soi.) À l'inverse, les personnes qui adoptent les *high power poses* voient leur taux de cortisol diminuer de 25 % et leur taux de testostérone augmenter de 20 %.

Alors qu'attendez-vous pour endosser la bonne posture ?

Attelez-vous dès maintenant à un exercice pour ressentir l'impact de votre démarche sur votre esprit.

EXERCICE

Façonnez votre état d'esprit sur vos pas

Vous emprunterez tour à tour des démarches différentes :

- un pas lourd, lent et traînant ;
- un pas sautillant et alerte ;
- un pas hésitant.

.../...

.../...

Vous observerez le cheminement de votre esprit et vous verrez que :

- dans le premier cas, vous vous sentirez passablement plombé ;
- dans le deuxième, vous vous sentirez délicieusement enjoué ;
- dans le troisième, vous vous sentirez terriblement inhibé.

Alors, faites d'abord semblant ou « comme si », et ce que vous convoitez a toutes les chances d'arriver.

S'abonner au Kaizen

Au-delà de votre ambition première, vous vous obligerez à vous dépasser quotidiennement, sans vous mettre en danger, à petits pas. Pour cela, vous inscrirez le Kaizen au fronton de votre vie.

Le Kaizen, qu'est-ce que c'est ? Une philosophie, un style de pensée, un concept qui nous vient du Japon et qui vous permettra de cheminer et d'atteindre ce que vous vous serez fixé, en avançant graduellement.

Le Kaizen est un mot-valise ou polysémique qui, à lui tout seul, contient deux significations : Kai = changement et Zen = bon.

Il veut dire : « amélioration personnelle et professionnelle continue à petits pas ». Cette approche consiste à analyser ses comportements ou ses modes opératoires afin d'identifier les axes de progrès à mettre en place ainsi que les

moyens nécessaires pour atteindre ses buts, dans la simplicité, la facilité, l'agilité et les petites choses.

Le Kaizen illustre ni plus ni moins un état d'esprit vertueux puisqu'il est une démarche perpétuelle d'excellence à moindre coût et à moindre effort, sans se faire violence, en se focalisant sur l'efficience. Avec le Kaizen, vous ne sortez pas de votre zone de confort, mais vous vous dessinez un champ des possibles pour augmenter votre potentiel à petits pas.



Insufflez du Kaizen à votre communication

C'est vous interroger sur vos prises de parole à enjeux communicationnels forts, et faire un bilan écrit et rétroactif de vos forces et de vos axes de progrès. À cet effet, vous fonctionnerez en deux temps.

1. Rappelez-vous la dernière fois que vous avez pris la parole et notez scrupuleusement au crédit de votre compte, comme s'il s'agissait d'un relevé bancaire, les trois qualités ou points positifs que vous vous reconnaissez.

2. Imaginez ce que vous voulez améliorer à tout prix et notez deux axes d'amélioration dans la colonne débit, en mentionnant tout simplement les points que vous vous promettez de travailler.

Exemple

1. « Je me suis trouvé : fluide, structuré et à l'aise. »

2. « La prochaine fois que je prendrai la parole je veux soigner mon articulation et travailler ma force de conviction. »

Mes points forts	Mes axes d'amélioration
1. Fluide	1. Articuler
2. Structuré	2. Travailler ma force de conviction
3. À l'aise	

D'une fois sur l'autre, vous consulterez vos notes et vous vous conforterez en faisant un focus sur les points positifs, ce qui renforcera votre confiance en vous. Puis vous vous concentrerez sur les deux axes que vous vous promettez de travailler.

Cette méthode des petits pas vous conduira sur le chemin du charisme et facilitera votre montée en compétences.

Au fil du temps, votre liste s'allongera et finira par vous décourager. C'est la raison pour laquelle vous vous obligerez à la compléter en y ajoutant des priorités et des séquences de temps dédiées. Ce sera pour vous le seul moyen de passer vraiment à l'action et de donner vie à toutes vos belles intentions.

EXERCICE

Enregistrez la play-list des compétences à cultiver

1. Listez les items à travailler.
2. Priorisez-les par degré d'importance.
3. Donnez-vous un temps hebdomadaire pour les travailler.

Axes d'amélioration	Temps/ semaine	Priorité
Mon estime de moi		
Ma confiance en moi		
Mon apparence physique		
Mon apparence vestimentaire		
Mon verbal		
Mon paraverbal		
Mon non-verbal		
Ma relation à l'autre		
Mon écoute		
Ma force de conviction		

QUE RETENIR DE TOUT CELA ?

- Excellente nouvelle : le charisme est une habileté qui se travaille.
- L'écoute est le nerf de la guerre, car elle vous permettra de profiler vos interlocuteurs, et donc d'adapter votre communication.
- Pour mettre en œuvre votre plan d'action, vous aurez à vous fixer des objectifs SMART qui vous donneront les moyens d'atteindre votre but : devenir charismatique.
- Vous irez plus vite dans votre cheminement en vous inspirant de figures historiques charismatiques et en modélisant leurs habiletés.
- Votre état d'esprit est fondamental. Si vous vous installez dans une démarche Kaizen, vous vous prédisposerez d'emblée à une quête d'excellence à petits pas.

CHAPITRE 2

DÉTECTER SES VALEURS, EXPOSER SA VÉRITÉ

Avec ce chapitre, vous éviterez de tomber dans le piège et les rets du registre des beaux parleurs et visiterez le panthéon de quelques figures charismatiques ayant marqué l'histoire afin de mieux percer leurs secrets.

Vous vous imprégnerez de leurs façons d'être, comprendrez mieux le cocktail qui opère en termes de charme et de magie.

De l'estompe ou de l'esquisse, vous dessinerez un portrait plus abouti du charisme, saisirez la teneur de cette habileté et découvrirez que ses fondements reposent sur des valeurs à défendre, sur une vérité intérieure : le prix à payer pour s'en approprier les pouvoirs.

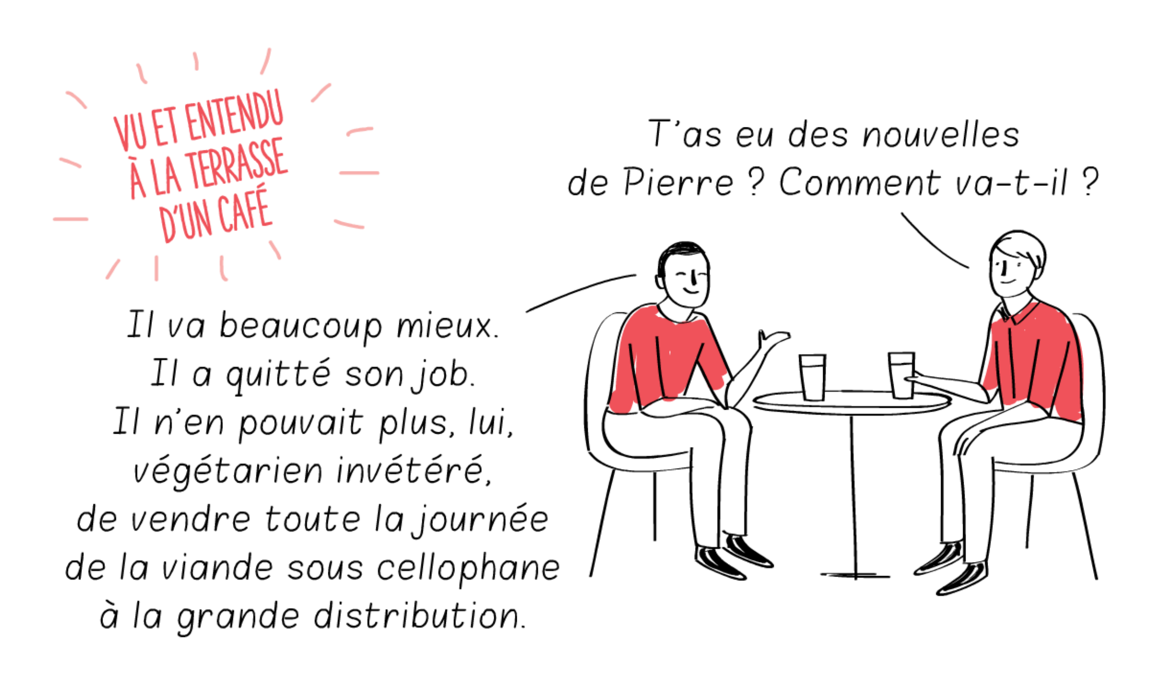
« Le mythe est une parole. »

Roland Barthes

Garance est une « bombe », une icône de mode, la vraie Parisienne « branchouille et bobo » dotée d'une élégance et d'une prestance sans nulle autre pareilles, d'une élocution tout à fait remarquable, et de la repartie de ceux qui pigent vite. Autant dire que quand elle apparaît quelque part, elle ne passe pas inaperçue. Grande école de commerce à son palmarès, CV de « ouf », carrière fulgurante : le décor est planté. Jusqu'au jour où elle estima qu'il lui manquait une corde à son arc, à savoir une expérience dans le secteur associatif et le bénévolat. C'est pourquoi elle entreprit de rejoindre une association humanitaire, histoire d'accrocher un nouveau trophée à son tableau de chasse et de parfaire son cursus exemplaire.

Lors de la grand-messe annuelle de l'association qu'elle préside, elle prononce toujours un discours pour évoquer les bienfaits accomplis par les bénévoles et pour rallier de futurs donateurs. Corsetée dans un tailleur glamour, perchée sur ses talons vertiges, elle prend invariablement la parole dans le cliquetis des bracelets et breloques qu'elle arbore au poignet. À chacune de ses interventions, elle égrène des chiffres sur un ton métallique et très *working girl* avant d'achever en remerciant les uns et les autres avec une distanciation abyssale. Ce n'est pas son truc, et cela se voit comme le nez au milieu de la figure. Elle se croit face à un comité de direction ou d'actionnaires et ne semble habitée que par un grand vide qui transpire à chaque mot. Elle perd l'assemblée qui ne l'écoute pas et se fiche pas mal de son panorama financier, bref c'est un flop, bien éloigné des réunions qu'elle

mène avec maestria dans son entreprise. La raison de ces ratages tient au fait qu'elle n'est pas concernée par son sujet, et que, ne réussissant pas à incarner ses valeurs, ses prises de parole sont décalées, insipides et sans saveur, en mode cortical gauche, froid et analytique, sans empathie ni ressenti. Le charisme est une histoire qui s'écrit à deux, faute de quoi vous ne pouvez espérer conquérir des followers.



LES CLÉS POUR CHANGER

Connaître ses valeurs

L'homme charismatique semble habité par ses convictions, il incarne ce qu'il dit et surtout il ne doute pas, il fait parler sa foi et ses tripes. Le charisme est affaire de personnalité,

il est éblouissement et scintillement, rayonnement, authenticité et transparence, ravissement aussi. Le charisme est ouverture car il ne se restreint pas et ne restreint pas les autres. Le charisme tient d'une personnalité assumée et cohérente, voire jusqu'au-boutiste.

Au fait, qu'est-ce qu'une valeur ?

Une valeur, c'est ce qui vous anime, c'est une façon d'être ou d'agir que vous reconnaissez comme importante et fondatrice pour votre existence. Une valeur est souvent transmise par vos parents, et vous avez envie de l'enseigner à vos enfants tant elle vous semble essentielle pour vivre en harmonie et trouver le bien-être, mais aussi pour mener à bien votre mission sur terre. Bref, nos valeurs fondent ce que nous sommes.

Nous pouvons les décliner sous trois axes majeurs :

- les valeurs « humaines » qui nous aident à vivre notre quotidien en montrant notre humanité, comme le sentiment de respect, de considération, d'empathie pour nos congénères ;
- les valeurs « éthiques » qui nous enjoignent d'adopter une conduite qui respecte l'autre dans son intégrité et qui constitue plutôt une réflexion argumentée en vue du bien agir ;
- les valeurs « morales » qui sont un ensemble de principes nous permettant de différencier le bien du mal, et auxquels il faudrait se conformer. Ces principes peuvent être des lois, des injonctions extérieures ou règles édictées par la religion, ou par nous-mêmes, se traduisant également par le respect de l'autre, de sa vie et de son intégrité physique et mentale. Exemple : la morale chrétienne avec la charité…

EXERCICE

Trouvez vos valeurs et éclairez votre lanterne

1. Dans la panoplie des valeurs suivantes, sélectionnez dix d'entre elles qui vous correspondent et vous définissent le mieux. Puis ne gardez dans cette liste que cinq items perçus comme un besoin ou un devoir en les classant par ordre d'importance :

   Altruisme, amitié, amour, audace, argent, authenticité, aventure, bien-être, bonheur, bonté, camaraderie, collaboration, compassion, compétition, confiance, constance, convivialité, courage, créativité, culture, dévouement, dignité, excellence, famille, fermeté, fiabilité, fidélité, foi, force, fortune, franchise, fraternité, harmonie, honnêteté, honneur, humanisme, humilité, humour, indépendance, innovation, intégrité, liberté, loyauté, mérite, perfection, performance, plaisir, probité, profit, puissance, respect, réussite, rigueur, savoir, sécurité, simplicité, sincérité, statut social, succès, ténacité, tolérance, tradition, travail, victoire, volonté, volupté.

2. Choisissez une valeur et transformez-la en verbe d'action à l'infinitif. Par exemple, si vous avez la valeur liberté, vous identifierez ce que cette valeur représente pour vous à travers des verbes d'action à l'infinitif comme : entreprendre, militer, me rebeller, rêver, choisir ma vie ou buller.

3. Déclinez des buts pour chaque valeur retenue puis des objectifs. Par exemple, si vous retenez la valeur « créativité », le but serait « travailler ma pensée latérale », et l'objectif : « À compter du 1er mars, je m'oblige à utiliser une carte mentale pour dessiner en couleur et en symbolique toutes les idées qui me viennent à l'esprit. »

Vos valeurs vous définissent, guident votre vie et vous permettent d'assumer des choix clairement identifiés. Vos valeurs sont sources de motivation et éclairent votre chemin tout en lui donnant du sens.

Le charismatique connaît ses valeurs et s'en nourrit, c'est ce qui fait sa force et sa puissance mobilisatrice. Il est en prise directe avec ses fondements et son intime conviction, il se sent complètement en phase avec elles et entend les défendre à tout prix.

Combien de personnes se sentent mal à l'aise dans l'entreprise parce que les directives « corporate » qu'elles doivent déployer pour manager leurs équipes ne correspondent pas à leurs valeurs. À un certain moment, elles deviennent étrangères à ce qu'elles sont intrinsèquement, et c'est là que la double contrainte commence à les vriller. Si elles persistent dans leur mission, elles risquent de devenir de piètres leaders incapables d'incarner ce en quoi elles ne croient pas.

Les personnes charismatiques sont alignées avec leurs valeurs et cela s'appelle l'authenticité ou l'intégrité.

Donner un sens en lien avec ses valeurs

Vous avez appris à vous fixer des objectifs pour passer à l'action, je vous félicite, mais si vous voulez vous motiver encore plus pour vous acheminer vers le charisme, vous vous trouverez une finalité, un sens, une vision, bref une bonne raison de faire les choses. Vous vous demandez comment faire pour y arriver ? Choisissez votre finalité en vous questionnant sur ce qui vous anime ou sur ce qui fait briller vos yeux. Vous débusquerez une légitimité qui vous donnera

la direction. Pour cela, vous vous poserez plusieurs fois la question « Pourquoi ? », jusqu'à ce que vous trouviez la bonne raison, celle qui est raccord avec vos valeurs ou vos envies.

Attention aux fausses barbes !

Si votre but est d'augmenter votre force de conviction, vous trouverez votre finalité en vous questionnant avec un « pourquoi ».

« Pourquoi est-il important pour moi d'augmenter ma force de conviction ? »

« Parce que je veux rallier les autres à ma cause. »

Ceci est une fausse barbe…

« Pourquoi est-il important pour vous de rallier les autres à votre cause ? »

« Parce que je veux avoir de l'ascendant sur mes équipes. »

Ceci est une nouvelle fausse barbe…

« Pourquoi est-ce important pour moi d'avoir de l'ascendant sur mes équipes ? »

« Parce que ce sera la preuve de mon leadership. »

Cette dernière réponse sera votre finalité, votre lanterne du sens.

Il aura fallu poser trois fois la question « pourquoi » pour finir par capter votre véritable dessein.

Exemple

- Que veux-tu obtenir ?
- Je veux avoir plus de charisme *(= but).*

- Pourquoi veux-tu avoir plus de charisme ?
- Pour faire entendre ma voix *(= fausse barbe).*
- Pourquoi veux-tu faire entendre ta voix ?
- Pour que l'on m'écoute et que l'on me respecte *(= finalité qui rejoint vos valeurs, ou ce qui fait briller vos yeux).*
- Comment comptes-tu t'y prendre ?
- À compter du début de l'année, je travaillerai le timbre de ma voix avec un coach vocal une fois par semaine *(= objectif).*

Si vous ne donnez pas de sens à vos actions, vous vous exposez au pire. La preuve vous en est donnée par l'histoire ci-dessous de « l'arrêt de la centrale », qui illustre l'importance de la vision, faute de quoi vous vous embarquerez dans des situations d'incommunicabilité dont Arthur Rimbaud disait : « L'incommunicabilité : ce gouffre infranchissable. »

Méfiez-vous des évidences !

Prenons l'exemple de Jérémy, chef d'équipe dans une centrale électrique et tuteur de Pierre, embauché depuis six mois en contrat d'apprentissage. Jérémy, ayant pour objectif de faire monter en compétences son alternant, décide de lui déléguer graduellement différentes missions et de le suivre pas à pas en lui donnant des feed-back lors de points d'étapes. Un jour, Jérémy estime que le degré d'autonomie et que la motivation de Pierre sont suffisants pour lui confier les commandes de la centrale en son absence. C'est alors qu'il le missionne pour piloter la centrale en solo.

Juste avant de lui confier les rênes, Jérémy lui donne la consigne suivante : « Je te sais capable d'assurer en mon

absence, la seule chose que j'ai à te dire : “Si tu rencontres le moindre problème, appelle-moi.” » Que se passe-t-il ? Comme de bien entendu, la centrale s'arrête, Pierre croit bien faire en mettant un point d'honneur à ne pas déranger son tuteur et à vouloir résoudre la panne tout seul. Résultat des courses : la centrale est à l'arrêt complet pendant huit heures.

Bien qu'ayant calibré les capacités d'autonomie de Pierre, Jérémy fait une omission majeure : il oublie de donner la vision à son tutoré. S'il avait été un bon communicant, il aurait mentionné le sens et les enjeux corrélés à l'arrêt d'une centrale ; à savoir un coût faramineux. Pierre croit bien faire en ne prévenant pas Jérémy, il fait à côté. Le tuteur aurait pu éviter ce fiasco en s'obligeant à peaufiner sa communication et en délivrant un message plus précis, loin des évidences de sa vision d'expert. C'est bien l'illustration de la valeur du sens et de l'importance de la finalité.

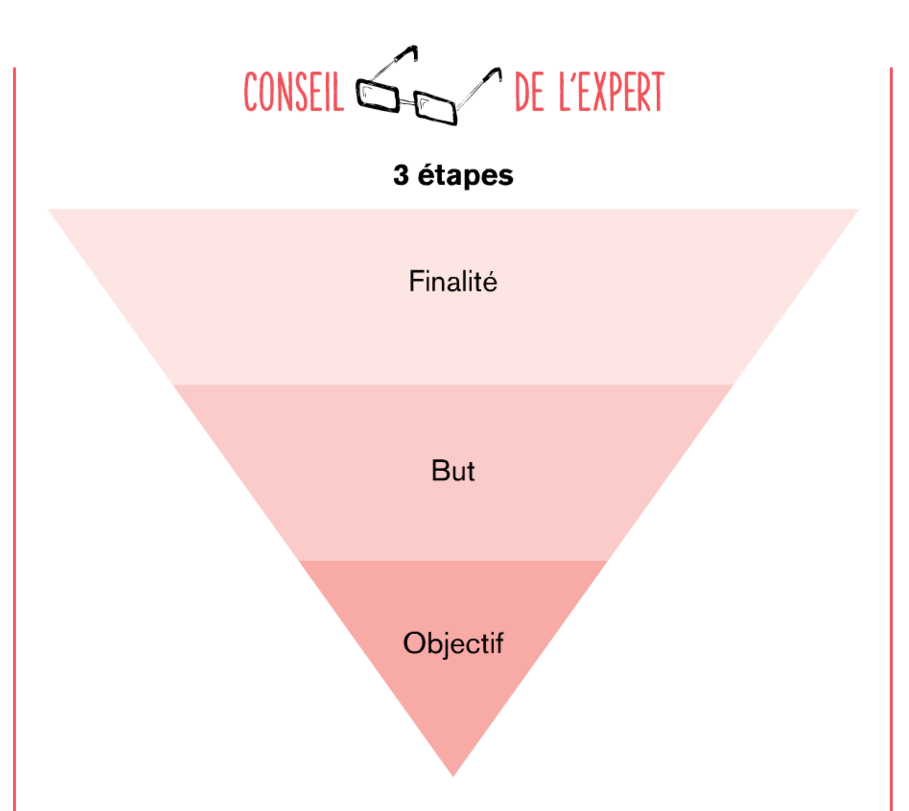
Donner la finalité à Pierre, c'eût été de dire : « Au moindre pépin, tu m'appelles en urgence, car toute panne, même bénigne, génère un risque considérable pour la vie de la centrale, à savoir un coût exorbitant lié à un arrêt potentiel. »

Ici la vision et les enjeux sont explicites et font sens.

Les personnes charismatiques ont cette capacité incroyable à clarifier leurs propos, à les rendre lumineux. Elles savent s'inspirer des valeurs qui les animent ou des valeurs auxquelles adhèrent leurs suiveurs.

CONSEIL DE L'EXPERT

3 étapes



Nous poursuivons des buts (ce que nous voulons atteindre), et pour y parvenir, il nous faut les transformer en objectifs SMART, sans oublier de donner la finalité pour faire sens :

1. assignez-vous un but ;
2. transformez-le en objectif ;
3. donnez-vous une finalité.

Une intention claire, un but précis, un idéal puissant.

Exemple

But : « Je veux devenir charismatique. »

Finalité : « Pour avoir de l'ascendant sur les autres. »

Objectif : « À partir du 1er janvier, je décide de suivre une conférence TED par semaine pour me familiariser avec la prise de parole. »

Miser sur la congruence

Vous avez dit « congruence ». « Méfie-toi de l'homme qui rit sans que son ventre ne bouge. » Ce proverbe chinois illustre magnifiquement ce que représente la congruence. Autrement dit en français dans le texte : « Si tu ris de bon cœur, à gorge déployée, si tu te fends la gueule, tout ton corps doit le vivre et vibrer à l'unisson en lien avec ton ressenti. »

Aborder le charisme sans parler de la congruence si chère à Carl Rogers serait un oubli majeur.

L'approche de Carl Rogers, psychologue humaniste, qui n'a cessé de se centrer sur la relation établie entre le thérapeute et son patient, fait état de trois axes : la congruence, l'empathie et la considération positive.

La congruence est l'alignement entre ce que je suis, ce que je fais et ce que je dis… Je dis ce que je fais et je fais ce que je dis. Je suis crédible, fiable et je refuse de me camoufler derrière un masque.



BON À SAVOIR

Carl Rogers, psychologue humaniste (1902-1987), définit ainsi la congruence : « Par là, j'entends que lorsque ce que j'expérimente objectivement se trouve au même moment présent dans ma conscience, et ce qui est présent dans ma conscience l'est aussi dans ma communication, alors chacun des trois niveaux est en adéquation avec les autres. En de tels moments, je me sens intégré, ou entier, je ne fais qu'une seule pièce. »

L'orateur charismatique est synchrone, il s'approprie les mots, fait corps avec son sujet et son discours, tant dans sa voix que dans son regard ou sa gestuelle, et il ne surjoue pas. Unicité, sincérité par rapport à ses convictions, vérité à soi et aux autres sans scepticisme ni cynisme.

L'homme charismatique suinte l'authenticité, celle qui vient du tréfonds de l'âme et qui, dans sa vérité intrinsèque, suscite l'adhésion, l'élan, l'envie de se rallier. L'homme charismatique ne s'économise pas ; il est solaire et empathique et il se distingue par sa congruence.

Mais alors, quand suis-je congruent ? Eh bien, vous l'êtes dès qu'un phénomène osmotique se produit entre ce que vous dites, ce que vous êtes, ce que vous ressentez, ce que vous pensez, entre vos convictions, vos valeurs et ce que vous faites, entre votre verbal, votre paraverbal et votre non-verbal. Aucun delta, vous dis-je, à l'u-ni-sson, complètement raccord, nul désaccord, nulle dysharmonie.

La congruence : ce que je dis = la façon dont je le dis = ce que je montre.

Lorsque je suis congruent, je démultiplie l'efficacité du message que j'émets.

La congruence se travaille et se mesure à l'aune de vos convictions et de votre confiance en vous.

EXERCICE

Faites chair avec le verbe

Pour tester votre congruence, vous jouerez en famille ou avec des amis.

Vous vous amuserez à déclamer un chiffre sur plusieurs intonations, en laissant le soin à votre auditoire de trouver le nom de l'émotion que vous avez incarnée. S'ils trouvent : bingo ! Cela veut dire que vous savez être crédible et authentique. Le chiffre qui est neutre rendra l'exercice plus complexe que si vous déclamiez une phrase qui a du sens. C'est à vous.

20 895 782

Voici la liste des émotions que vous pourrez « jouer » : agressif, curieux, truculent, amical, tendre, militaire, prévenant, pédant, cavalier, emphatique, administratif, dramatique, lyrique, naïf, respectueux, militaire…

Aujourd'hui, convaincre est une habileté briguée car elle représente un sésame inouï sur tous les champs des possibles et constitue un talent qui vous différencie du commun des mortels et vous confère de l'ascendant sur vos congénères.

À quoi puis-je reconnaître les incongruences ?

- À la position du corps ;
- à l'asymétrie du corps ;
- à la gestuelle ;
- au ton de la voix, son volume et son intonation ;
- au regard ;
- à des mots (oui mais, sauf que…).

Quand suis-je incongruent ?

- Quand je dis « Tout va bien » avec un air triste.
- Quand je pointe un doigt accusateur avec un large sourire.

En dépit du fait que vous vous soyez toujours contenté de mettre en pratique les bons principes appris à l'école en termes de prise de parole, d'élocution et d'élaboration d'un plan, et en dépit de votre volonté d'y associer d'excellentes idées, de les étayer par votre expertise, vous vous apercevez que le tour est loin d'être joué et que pour crever l'écran le chemin sera long. Vous avez complètement raison.

Épingler quelques spécimens pour son herbier…

… Et visiter une galerie de portraits censés vous éclairer sur ce qui ressemble au charisme, mais qui n'en est pas tout à fait. Si les protagonistes de cet herbier en possèdent certains attributs, pour autant, ils n'ont saisi ni la subtilité ni la complexité de cette savante alchimie. Épinglons quelques spécimens pour vous sensibiliser à la richesse de cette compétence et éviter de tomber dans le chaudron des inutilités superfétatoires et des égocentrismes forcenés.

Pour les reconnaître, rien de plus facile, tant ils ont le don de briller. Prenez garde aux casse-pieds, aux casse-bonbons, aux empêcheurs de tourner en rond, ceux qui manient la langue de bois et font cha bada bada. Du monsieur « Je sais tout » au « mondain arrogant », en passant par « l'assommant » justement, de grâce, ne vous méprenez guère, car s'ils se piquent de prendre des « airs de », ils ne veulent que « donner à voir », cultiver l'art du creux, pérorer ou plastronner, et d'eux parler seulement en toute importance et sans connivence.

Il y a vos voisins de table, de palier, de bureau et tous ceux qui vampirisent l'actualité, s'invitent au banquet des « bankables » et des gens qui comptent, se distinguent, se singularisent, se poussent du coude, se haussent du col, se pavanent au firmament du PAF et des médias, sûrs de leurs effets de manches et avides de notoriété.

Ils excellent à ouvrir le bec, parlent souvent pour ne rien dire, éprouvent quelques difficultés à « se la fermer ». Ils s'élèvent en parangon d'éloquence et d'élégance, misent sur leur mise pour cacher leur petitesse et leurs improbités, piètre armure pour pontifier, crâner ou parader. Tristes clones, pâles copies de ce qu'ils ont encore du mal à imiter : le charisme. C'est pourquoi hâtons-nous vivement de leur tailler un costard, tout en leur empruntant quelques attributs.

Le « tchatcheur »

À peine initiez-vous un pas vers lui qu'il vous inonde d'un flot verbal, vous laisse pantois et quelque peu mutique. Il se presse, se dépêche, ne baisse jamais le ton aux points, rendant impossible la repartie. Il a toujours une excellente histoire à vous conter ou une confidence renversante à vous faire, il ne s'arrête jamais. Si, par malheur, il est votre voisin de table ou votre colocataire, vous ne pourrez pas en placer une. S'il est votre collègue, vous le verrez invariablement débouler dans votre bureau le lundi matin pour vous raconter par le menu détail son week-end avec Robert ou Micheline. C'est un moulin à paroles que vous aurez du mal à stopper.

Il ne craint pas le verbe et c'est un atout du charisme, sauf que le trop cache le moins, et qu'il lui faudra doser : 50 % pour écouter et 50 % pour parler.

Le « baroudeur »

Il a bourlingué et vous l'entendez. Il parle naturellement plusieurs langues ou dialectes de quelques tribus reculées et forcément en danger. Comme de bien entendu, il a évidemment tout vu, tout fait, tout expérimenté. De retour du bout du monde, ces intrépides globe-trotteurs, ou autres rois de l'expatriation, vous signifieront leurs lointains horizons d'un verbe haut, d'une syntaxe minimaliste, de mots épars qui se font rares. Le geste rude, le teint hâlé, les yeux rivés au ciel pour évoquer ce que vous ne saurez jamais rejoindre. Éternel insatisfait qui ne tient pas en place sur l'organigramme et qui a la faiblesse de penser qu'« ailleurs c'est beaucoup mieux ! ».

Vous garderez de lui sa faculté à vous transporter et renoncerez à son manque de proximité.

Le « bourrin »

Il ne comprend évidemment que le premier degré, et vous assène lapalissades et vérités vraies avec une assurance de terrien et un vocabulaire empli de métaphores grossières et malhabiles. Les gestes sont tranchés et semblent labourer un sillon de glaise. La mâchoire est trapue, les coups de menton récurrents indiquent une volonté permanente d'en découdre. Un discours émaillé d'onomatopées et de mimiques qu'il vous faudra déchiffrer à tout prix si vous voulez profiler ses intentions. Il rit à l'avance de ce qu'il va dire, et se sent légitime partout où il passe et quoi qu'il fasse.

Reconnaissez-lui son côté factuel, pragmatique et concret, et oubliez à tout prix son non-verbal.

Le « moi-je »

Moâ, en bon narcissique et égotique, ne s'intéresse qu'à son nombril et ponctue chaque phrase d'un « moi-je » ravageur qui insupporte ses interlocuteurs dès le premier couplet. À peine échangez-vous avec lui sur du vécu, qu'aussitôt il s'en empare pour jouer à saute-mouton et parler de ses péripéties à lui. Moâ enfourche vos phrases avant que vous n'ayez eu le temps de les finir et les engloutit comme un prédateur en manque de festin. Il se rengorge et se gargarise d'un vécu forcément phénoménâââl et atypique, manie la litote et pousse le bouchon jusqu'à orienter la conversation pour mieux rebondir sur ses derniers faits d'armes. Phénix des hôtes de ces bois… Vous ne serez jamais assez bien pour lui et il vous le fera sentir. Il n'est qu'infatué et rempli de lui-même.

Vous garderez sa fausse confiance en lui, et sa capacité à se mettre sur le podium (cf. « Fake it to do it. *») tout en renonçant au centrage exclusif sur vous-même.*

Le « faisan »

Le rictus assassin et la bobine blasée de celui qui, lui aussi, a tout vu, tout entendu, et bien sûr tout fait, et à qui on ne la fait plus justement. Malin probablement, affairiste certainement, toujours aux aguets et à l'affût de quelques coups, bons ou mauvais, ou d'informations confidentielles et de haute importance, telle la hyène il vient charogner pour tenter d'emporter le morceau à l'insu de son interlocuteur. Le vocabulaire est choisi, les mots sont pesés, ciselés, compassés et pensés. Exclusivement animé par l'intérêt et la cupidité, il est indispensable de le repérer rapidement. Son aisance affichée n'est en rien du charisme, tout au plus une faconde mue par l'intérêt du moment.

Vous lui emprunterez son sens des situations, sa curiosité d'esprit et renierez ses valeurs faisandées.

Le « pipoteur »

Sa mythomanie vient alimenter les histoires abracadabrantesques qu'il vous égrène d'un langage ponctué de : « Tu ne le croiras jamais… » Il vous emmène dans son monde incroyable pour mieux vous subjuguer et vous embobiner de ses diatribes enflammées qui chaque fois vous laissent un peu plus pantois et bouche bée. N'en croyant pas vos yeux ou vos oreilles, vous éructez des « ah ! », des « oh ! », des « vraiment ? » qui amènent aussitôt une salve supplémentaire d'exploits improbables. Attention, lorsqu'il vous vend un projet, il a toujours tendance à minimiser quand ça l'arrange et à maximiser si tel est son intérêt. Le verbe est habile, la voix en recherche de graves, il semble à l'aise, mais, ne vous en déplaise, ce Pinocchio mystificateur n'est pas charismatique.

Vous modéliserez sa capacité à rebondir tout en délaissant les atermoiements, les mensonges et le nez qui s'allonge.

L'« hurluberlu »

Il enfourche une idée à la minute et se positionne toujours là où vous ne l'attendez pas. Il porte un regard interloqué sur le monde, brandit des onomatopées qui se télescopent dans un méli-mélo qui tourneboule la compréhension de son message. N'en pouvant plus, vous ferez semblant de trouver son discours « follement intéressant », mais en réalité vous vous questionnerez sur sa légitimité. Pour chaque nouvelle idée développée, il vous faudra trouver le sujet, le verbe, le complément, décrypter la pensée et faire preuve d'agilité. Geek ou nerd, génération X, Y ou Z, peu importe, il descend d'une autre planète, c'est un professeur Tournesol

ou Nimbus, lunaire, et à l'ouest, en tout cas, trop erratique pour être charismatique, quand bien même le trouveriez-vous sévèrement cortiqué.

Vous saurez lui voler sa pensée « out of the box », ses idées décalées, sa capacité à se projeter et vous direz non à son manque de réalisme.

Le « mondain »

Il veut être vu d'abord, entendu ensuite. Son verbe ne se fait pas chair et quand il vous aborde, il lorgne le canapé au caviar sur le buffet, tout en cherchant du regard quelqu'un d'autre que vous qui pourrait servir ses propres intérêts. Son parler est châtié, ses mots ciselés, les voyelles allongées. C'est une grenouille qui fait la petite bouche. Pratiquant compulsif de ce que les Anglo-Saxons appellent le *name dropping*, lâchant ici ou là quelques patronymes en vue, certaines références prestigieuses ou lieux privilégiés, histoire de planter le décor, de vous assurer qu'il est bien sous tous rapports et de vous bercer d'illusions factices. Shooté aux petits fours, champion toute catégorie du regard fuyant, il parle en faisant des mines. Celui-ci n'est pas charismatique assurément, malgré ses pantomimes.

Piquez-lui son carnet d'adresses pour cultiver votre réseau, fuyez ses attitudes désincarnées et ses airs de « crétin gominé ».

Le « mauvais coucheur »

Au XVIe siècle, certains aubergistes réservaient de drôles de surprises à leurs clients, comme celles de partager le même lit que d'autres voyageurs totalement inconnus. Ainsi, les coucheurs partageaient la même couche et le mauvais

coucheur se distinguait par les bruits qu'il faisait. Il est celui qui se moque des désagréments causés à autrui. Doté d'un toupet incroyable, il ose tout en toutes occasions. Son manque d'éducation certain vous pousse à croire qu'il n'a pas été éduqué, mais tout juste nourri. Monsieur ou madame Sans-Gêne, animé d'une parfaite mauvaise foi, il passe en force et n'a cure des tourments qu'il provoque. Son culot et sa facilité à manier le verbe ne sont pas tout à fait du charisme.

Vous adopterez sa capacité à oser sans culpabilité et délaisserez ses manières grossières et son manque d'égard pour les autres.

Le « gai luron »

Il est un boute-en-train recherché pour animer dîners et soirées. Il fatigue et soûle autant qu'il amuse et distrait, *a fortiori* lorsque l'ambiance s'émousse. C'est là qu'il s'arrange pour vous sortir à point nommé toutes ses histoires les plus salaces, ses plaisanteries de salle de garde ou ses farces de carabin. Les bons mots se bousculent et s'enchaînent, ponctués de silences et de regards circulaires pour mieux capter l'attention. Il veut faire le buzz et passer pour « un chic type drôlement sympa avec qui l'on se marre décidément bien ! ». Si son enthousiasme débordant et son positivisme sont follement sympathiques, cela ressemble à du charisme, mais cela n'est pas le charisme, tout au plus une gouaille dévergondée.

Connectez-vous à son enthousiasme et détournez-vous de son côté populiste et peu classieux.

L'« obséquieux »

À l'écoute de ce que vous dites, il ne loupera pas une occasion de confirmer vos dires en les ponctuant d'un :

« C'est cela… oui, c'est cela… ». Empreint d'un empressement douteux, il agit de façon inversement proportionnelle à son ressenti… Il approuve tout ce que vous dites et s'illustre par ses complaisances excessives, curieux ressort intime pour se faire aimer ou bien voir de sa hiérarchie. En langage vulgaire, il se nomme : « lèche-cul » ou « lèche-bottes », en langage familier : « fayot » ou « cire-pompes ». Servile, ce flagorneur rôde dans les allées du pouvoir… Ne vous laissez pas piéger par ses « périphrases euphémisantes[1] ». Il n'a rien à voir avec un charismatique, mais vous le rangerez plutôt dans la catégorie des GSS : « gros soumis serviles ».

Dépêchez-vous de le singer sur sa capacité à tourner sept fois sa langue dans sa bouche avant de parler et bannissez son manque d'affect et son côté béni-oui-oui.

Le « coureur »

« De fond », « de jupons » ou « de dots », il passe son temps à faire des ronds de jambe et ses cibles ont un âge inversement proportionnel au sien. Le discours est bien rodé, le compliment alerte et pas toujours singulier, le « T'as d'beaux yeux, tu sais » n'en finit pas de se répandre sur votre plastique qu'il convoite goulûment à grand renfort de superlatifs désarçonnants. Il court vite, parle avec entregent et en veut par-dessus tout à votre vertu. Il manie les poncifs et se rend insupportable par son insistance « testostéronée ». Son verbe coquin ne ressemble pas au charisme non plus.

Sachez lui emprunter son regard concupiscent sur les choses de la vie, sa curiosité et son maniement du compliment ; abandonnez son côté « je cours plusieurs lièvres à la fois », son inconstance et son inconsistance.

1. Jean-Loup Chiflet, « Parlez-vous la novlangue officielle ? », *Le Point*, 08/05/2015.

Vous voilà avec un échantillonnage de tout ce que vous garderez pour vous approcher du charisme et de tout ce que vous rejetterez. Vous pouvez maintenant vous rendre compte de tous les progrès que vous allez effectuer, en prenant votre temps, à petits pas et avec assiduité.

EXERCICE

À votre herbier : balancez !

C'est le moment de mettre un nom en face de chaque spécimen…

Spécimens	À épingler : des noms…	Observations
Le « tchatcheur »		
Le « baroudeur »		
Le « bourrin »		
Le « moi-je »		
Le « faisan »		
Le « pipoteur »		
L'« hurluberlu »		
Le « mondain »		
Le « mauvais coucheur »		
Le « gai luron »		
L'« obséquieux »		
Le « coureur »		

Se reposer sur l'estime de soi et la confiance en soi

L'estime et la confiance que vous vous accordez constituent un véritable étayage dans la façon que vous avez de vous présenter aux yeux des autres. C'est ce que vous donnez à voir, ce que vous inspirez aux autres, l'image renvoyée. Si vous ne croyez pas en vous-même, ni en votre potentiel, comment pourrez-vous insuffler la force, la joie, le dynamisme et le courage ? Au-delà de la confiance en soi, l'estime de soi est la condition *sine qua non* pour faire le lit du charisme.

Quelle est la différence entre estime de soi et confiance en soi ?

C'est parce que j'ai une bonne estime de moi que je saurai ne pas me sentir nul lorsque je commets une faute ou lorsque j'essuie un revers ou un échec. Mon estime de moi doit être inconditionnelle et non corrélée à mes capacités ou incapacités.

L'estime de soi est la valeur indéniable que je me reconnais quels que soient mes échecs ou mes réussites dans la vie. Je me voue un amour inconditionnel, tel celui que nous portons au tout petit enfant, qui fait l'unanimité autour de lui, en dépit de ses agissements, qu'il pleure ou qu'il rie, qu'il bave, qu'il éructe ou qu'il pète, qu'il fasse bien ou mal… Et c'est vrai que le nouveau-né ne brille pas par ses exploits ! Malgré cela, il reste aimé, admiré et chéri de tous…

La confiance en soi est la valeur relative que je m'attribue dans différents domaines.

Par exemple, « je pense avoir une excellente confiance en moi lorsque je déroule un argumentaire en béton, et j'estime manquer totalement de confiance en moi lorsque je m'adresse aux membres de ma hiérarchie ».

Les personnes qui ont confiance en elles connaissent dans les moindres détails leurs points forts et leurs axes d'amélioration, elles savent les exprimer et surtout ne se sentent pas déstabilisées à l'idée d'en parler. L'autre n'est pas vécu comme une menace.

Le chef charismatique, pour inspirer, doit apparaître comme inébranlable face à l'adversité et ne pas être juste un colosse aux pieds d'argile, c'est-à-dire une belle statue qui extérieurement a l'air indéboulonnable, mais que l'on peut mettre à bas d'une simple pichenette.

ET POURQUOI CHANGER ?

À force de vous laisser happer par votre quotidien, vous peinez à porter un regard distancié sur qui vous êtes et sur vos comportements. Parfois, au pied du sapin ou en début d'année, vous vous promettez de faire des efforts sur tout un tas de trucs, vous vous rêvez « vous en mieux », vous vous jurez de changer, de vous améliorer sans tarder, et au fil des mois vous vous apercevez que vous n'avez rien fait du tout. Vos très belles intentions, vos projets ambitieux, vos buts sont devenus des vœux pieux qui sont passés à la trappe ou que vous avez jetés avec l'eau du bain.

Vous êtes un taiseux, un point c'est tout

Vous ne voulez à aucun prix forcer votre nature ni l'ouvrir à tort et à travers comme tous ceux que vous honnissez. Vous croyez que les forts en gueule n'ont qu'un ascendant très limité et de façade. « Rien ne sert d'afficher clairement vos

intentions puisque cela se retourne toujours contre vous et que, *in fine*, vos détracteurs vous ressortent à point nommé ce que vous avez osé avancer. »

… Vous vous persuadez que pour nourrir vos ambitions et réussir dans votre entreprise, vous devez « ne pas faire de vagues », et rester « motus et bouche cousue ». D'ailleurs, vous êtes raccord et congruent avec vos valeurs puisque votre éducation vous a toujours appris à ne pas faire le malin, et à rallier l'avis général plutôt que de vous démarquer. Vous préférez donner la mesure de vos compétences et de votre technicité plutôt que de faire bla-bla-bla.

Vous êtes simplement timide

Vous n'avez nullement confiance en vous, et vous flippez à l'idée de vous rendre visible et audible. Vous considérez comme un pensum toute exposition et encore une fois, ceux qui se poussent du coude et font les malins vous insupportent. Du coup, vous optez pour la casquette d'un bon moussaillon plutôt que celle d'un piètre capitaine. Vous n'êtes pas de ceux qui passent la journée à commenter leurs actions ou l'actualité.

Vous pensez que votre entourage pro ou perso n'a qu'à vous accepter tel que vous êtes.

Les autres vont devoir s'en accommoder. Pourquoi changer votre nature profonde ? Timide vous êtes, timide vous resterez. Jusqu'à présent votre côté mutique ne vous a jamais desservi. D'ailleurs, vous passez partout, alors pourquoi sortir de votre zone de confort.

Cette diablesse de timidité vous relègue d'office aux oubliettes et vous attribue toujours les seconds rôles.

Depuis votre plus tendre enfance, vous avez toujours endossé la posture du sous-inclus, du *low profile*, et vous avez une peur bleue du regard de l'autre. Vous ne vous sentez pas important du tout et vous vous passez en boucle dans votre dialogue intérieur la rengaine qui suit : « Si je me fais tout petit, j'évite de me faire remarquer ; si je suis lilliputien, personne ne verra à quel point je compte pour du beurre, ou pour des prunes, et je ne serai pas confronté à mon insignifiance… » C'est ainsi que vous avez à peine osé dire « oui » le jour de votre mariage, que vous ne prenez jamais la parole en réunion, persuadé que les autres le feront beaucoup mieux que vous.

ESSAYEZ QUAND MÊME

Et si vous acceptiez de ne pas être parfait…

En voilà une bonne idée, et si vous laissiez tomber le Jiminy Cricket qui diffuse ces drôles de messages à vos tympans, toujours en train de vous susurrer : « Tu peux mieux faire. » Vous pourriez vous donner des permissions, des jokers, des bonus et des antidotes qui ressembleraient à : « Tu as le droit à l'erreur », « Tu dois accepter que tu ne peux pas tout maîtriser ». Ce serait une excellente idée pour vous atteler à cette terre promise qu'est le charisme.

Grandir de ses faiblesses

Trop souvent, vous oubliez que ceux qui réussissent sont ceux qui ne laissent rien au hasard et qui déploient discipline, rigueur et travail pour atteindre le succès brigué.

Opter pour le charisme, c'est faire preuve de persévérance, c'est cultiver sa ténacité et ne pas se décourager au moindre échec, c'est recommencer, c'est se mesurer aux autres, c'est, enfin, s'auto-évaluer en permanence, sans relâche, et porter sur soi un œil de lynx, à l'affût du plus petit couac. Au lieu de vous braquer à la moindre remarque désobligeante, servez-vous des critiques qui vous sont adressées pour mieux dessiner les contours de qui vous êtes et de qui vous voulez devenir. Après tout, c'est parce que vous avez adopté la démarche Kaizen que vous cheminerez à petits pas.

Exemple

Apprenez de vos détracteurs. Si votre N+1 vous assène : « Je trouve que tu n'es pas communicant », surpassez votre courroux avant de répondre du tac au tac. Animé par le Kaizen, vous questionnerez l'impétrant pour obtenir une information plus spécifique qui vous donnera la clé pour vous améliorer : « Que mets-tu derrière ces mots, ou qu'entends-tu par : "pas communicant", spécifiquement ? » La réponse apportée éclairera votre lanterne en vous donnant les éléments sur lesquels apporter vos correctifs.

Partir en croisade et muscler sa ténacité

N'imaginez pas que tout se fait naturellement, n'imaginez pas non plus que ceux qui réussissent n'ont rien préparé. Partir en croisade sous-tend d'être parfaitement convaincu de ce que vous voulez dire, d'être animé d'une flamme intérieure forte, d'avoir une idée à transmettre. Regardez comment certaines personnes d'une timidité souvent maladive se mettent à s'animer lorsqu'elles parlent de leur passion. Tout d'un coup, elles ne pensent plus ni à leurs

mains, ni à leurs pieds, ni à leur posture, ni à ce qu'elles doivent dire, encore moins à la façon dont elles doivent le dire, elles le disent et c'est tout.



BON À SAVOIR

Prenez George VI, par exemple, et appréciez l'acharnement et la motivation qu'il déploya pour endiguer jour après jour son bégaiement et surmonter la peur qu'il avait de parler en public. Avec l'aide de Churchill, il parvint à convaincre son peuple pendant la Seconde Guerre mondiale de tenir tête à l'envahisseur. Le duc d'York rencontra à 56 reprises, pendant les trois premiers mois de l'année 1926, un expert en élocution qui lui apprit à juguler son appréhension de la prise de parole et à renforcer sa confiance en lui. L'objectif étant de mettre tous les atouts de son côté pour arriver à ses fins. C'est ainsi qu'animé par sa volonté et soutenu par son professeur, il réussit à faire ce dont il était incapable jusqu'alors : parler devant un public et, surtout, ne plus bégayer.

Prenons quelques bègues célèbres et imaginons la pugnacité qu'ils ont dû déployer afin de surmonter leur dysfonctionnement oratoire, pour le moins gênant quand il s'agit d'aligner deux mots. Winston Churchill était bègue, Louis Jouvet était bègue, Marilyn Monroe était bègue, Albert de Monaco était bègue, François Bayrou était bègue, et lorsque vous écoutez tous ces hommes politiques, ou acteurs, aucun indice ne peut vous le laisser croire. La réalité, c'est qu'ils ont travaillé et qu'ils ne se sont pas découragés.

Préparer, incorporer et habiter son sujet

Pour remédier à toutes vos frayeurs et appréhensions diverses, pour lutter contre le trac, cet horrible truc, vous en passerez par deux points indispensables :

- la préparation ;
- l'incorporation.

Préparez votre intervention

La préparation, c'est 90 % de votre succès. Vous vous inspirerez de Jean Jaurès qui, lorsqu'il devait intervenir en Argentine pour des conférences, s'obligeait à lire des écrivains latino-américains afin de s'immerger dans la culture de son futur auditoire. Vous ferez également comme Grace Kelly qui, sachant qu'elle devait rencontrer Charles de Gaulle, se piqua de lire toute son œuvre et réussit ainsi à le bluffer puis à l'influencer sur un sujet épineux du Rocher, à savoir le maintien de la Principauté dans son statut de paradis fiscal. Préparer, c'est vous plonger au cœur de vos dossiers, en découvrir les paramètres environnementaux et vous nourrir des règles, de la culture, de la religion, de l'histoire et de tout ce qui peut vous aider à mieux les cerner. C'est vous documenter sur votre sujet en considérant que le fond doit précéder la forme. En faisant acte de curiosité, vous vous donnerez aussi les moyens de profiler ceux qui vous écouteront.

Imprégnez-vous de votre intervention

C'est incorporer votre sujet, vous l'approprier jusqu'à ne faire plus qu'un avec lui. C'est visualiser votre prise de parole, la vivre en avance, comme le font les sportifs de haut niveau.

Juste avant de dévaler la piste, le slalomeur ferme les yeux et se représente mentalement la descente dans ses moindres chicanes, arcanes, détours, portes, en imaginant dévers, bosses, replats, en supputant la nature de la neige et son incidence sur sa prise de carres. Se passer le film, se mettre en situation, voilà ce que vous prendrez l'habitude de considérer avant toute intervention orale à fort enjeu.

EXERCICE

Faites-vous un « remake »

Anticipez et imaginez votre future prise de parole jusqu'à vous la rendre familière. Voyez-vous en train de réussir, d'être applaudi, ovationné, et non pas en train de bégayer, d'hésiter, de reculer ou de suer à grosses gouttes… Puis repassez la version de votre film et imprégnez-vous… Voilà un excellent truc antitrac.

Alors :

Que voyez-vous ?

Qui est devant vous ?

Quel est votre état d'esprit ?

Quelle est la configuration de la salle ?

Quelle est la sonorité de la salle ?

Comment allez-vous vous exprimer ?

Quel vibrato pour votre voix ?

Quel déroulé pour votre plan ?

C'est aussi répéter à haute voix, à l'instar de Jaurès qui rabâchait à demi-voix la moindre tirade, pour que, le jour J, il ait l'air d'improviser et de faire croire à la spontanéité de son intervention. Ce dernier travaillait ses déclamations, il n'utilisait aucune note tant sa mémoire était phénoménale. Alors au diable le quant-à-soi, trouvez la première glace en pied de votre maison et commencez à déclamer tout en scrutant vos travers. Très simplement, vous vous enregistrerez, avec un microphone, une webcam, une caméra… et vous « débrieferez » votre prestation en analysant vos faiblesses, vos comportements et vos gestes…

C'est enfin choisir une trame, des mots clés pour vous aider à ne pas oublier, c'est mémoriser sans apprendre par cœur, pour mieux restituer votre pensée et pour mieux improviser en toute spontanéité, en évitant ainsi d'avoir à vous souvenir et de négliger votre public. Laissez tomber vos vieilles prises de notes et embrassez l'art de la carte mentale ou du *mind mapping*, vous gagnerez en temps, en clarté et en concentration. Avec un schéma heuristique, vous vous aiderez à ne pas oublier et vous faciliterez votre mémorisation.

QUE RETENIR DE TOUT CELA ?

- Vos valeurs sont votre ancrage et votre boussole pour trouver le nord, garder le cap, rallier votre port d'attache, être au bon endroit et à la bonne place. Les valeurs représentent des repères inaliénables, pierre angulaire de votre conviction.
- Donner du sens à sa vie, c'est se donner un rôle à jouer en tenant compte de votre unicité et de votre singularité. Vos idées, vos convictions, votre idéal s'afficheront avec force et passion portés par un autre ferment du charisme : le sens.
- Vous privilégierez l'authenticité en arrêtant de penser que c'est une faiblesse. Vous vous laisserez impressionner par la spontanéité des enfants en osant exprimer vos ressentis et en les incarnant avec justesse.
- Vous convergerez vers la congruence à condition d'être dans le respect de vous-même, de vos valeurs, de ce en quoi vous

croyez et de ce qui vous anime. Cette vérité à soi se reflétera dans une posture équilibrée et naturelle, gage d'un impact assuré.

- Vous grandirez de vos faiblesses en pensant que « science sans conscience n'est que ruine de l'âme » (François Rabelais, 1494-1553) et que vos ratages, erreurs, bourdes les plus humiliantes participeront de votre réussite. La culture de l'erreur : une sagesse à cultiver.
- Vous aurez à vous préparer et à vous entraîner avec assiduité, en vous persuadant que ceux qui réussissent, et qui semblent faire les choses naturellement, ont passé un temps infini à répéter, à réitérer, à recommencer avec pugnacité sans se décourager.

CHAPITRE 3

ENCHANTER : UN ÉTAT D'ESPRIT

Après avoir lu ce chapitre, vous découvrirez que le chemin menant au charisme passe avant tout par un état d'esprit, lequel prédispose à l'expression de qui vous êtes, sans fards ni détours, dans la vérité de votre identité et de votre psyché. La magie opérera dès lors que vous tomberez le masque et rayonnerez en laissant retentir l'écho de la confiance instaurée entre vous et vos auditeurs ; c'est le prix de l'enchantement, de l'impact et de la conviction.

« Certains créent le bonheur où qu'ils aillent, d'autres partout d'où ils partent. »

Oscar Wilde

Tristan travaille dans une start-up qu'il a intégrée en sachant que ce serait pour lui l'occasion de donner sa mesure d'informaticien et d'assouvir son côté électron libre. C'est vrai qu'il ne lui fallut que peu de temps pour s'adapter à ce nouvel environnement, s'en approprier les totems et les tabous, mais également faire ses preuves. Il s'y emploie tant et si bien qu'un jour son N+1 lui suggère fortement d'accepter un poste de manager qui consiste à diriger ses anciens collègues. C'est à partir de ce moment-là que les choses commencent à se compliquer pour lui. Son boss lui fixe des objectifs clairs avec une mission connexe, celle d'incarner et de faire vivre à tout prix les valeurs de l'entreprise jusque-là délaissées, à savoir :

- transparence ;
- *fun at work* ;
- « sens de l'équipe ».

Trois cris de guerre « corporate », qui, à la vérité, sont aux antipodes de ses propres valeurs et ne lui correspondent en rien. Surtout lui, qui préfère travailler en solo et abhorre tout ce qui ressemble de près ou de loin à un groupe, à un clan ou à une meute. Alors, se mettre tout de go à porter haut et fort ce en quoi il ne croit pas une seconde, c'est juste inconcevable. Pourtant, il décide de passer outre son côté mi-taiseux, mi-mutique et entreprend de se reprogrammer aux couleurs des valeurs de son entreprise. Plus polarisé sur des centres d'intérêt techniques et académiques qu'enclin à manier les hommes, il s'oblige à préparer minutieusement

son discours, histoire d'impacter son équipe et de faire forte impression. Malgré une présentation millimétrée et rondement orchestrée, son côté peu relationnel transpire à chaque mot, et sa part de rétivité achève de saper le bel élan fédérateur qu'il entend véhiculer. Entièrement focalisé sur son sujet, il en oublie de sourire et s'arc-boute sur des chapelets de mots insipides et désincarnés, bien éloignés des liens qu'il comptait tisser avec ses futurs collaborateurs et des valeurs qu'il entendait partager : la transparence était sibylline, le fun pas fun du tout, et le sens de l'équipe peu caractérisé.



LES CLÉS POUR CHANGER

Nous le savons, les charismatiques sont synchrones avec leurs valeurs, ils y croient et vibrent à l'unisson de leurs certitudes et de leurs croyances tout en s'éloignant du politiquement correct et en plongeant au cœur de ce qui les émeut. Ils s'extériorisent avec leurs tripes en mettant en musique ce qu'ils ont au fond du cœur, et c'est ce qui leur donne des ailes.

C'est pourquoi vous considérerez que le prestige et le rayonnement des personnes charismatiques ne peuvent s'exprimer que dans la relation et le rapport à l'autre, et sous deux conditions : la vérité à soi et l'altérité.

Pour fédérer, faire adhérer, rassembler, électriser ou convaincre, vous commencerez par vous connaître jusque dans les moindres replis de votre psyché. Muni de ce viatique, vous parviendrez à être bien dans vos basques et conforté par une bonne estime de vous. Pour ce faire, vous entamerez un travail d'introspection, seule voie qui vaille la peine d'être suivie dans la poursuite de votre challenge. Rien ne vous servira d'appliquer à la lettre une méthode si vous n'avez auparavant excavé les scories occultant l'expression de votre personnalité. Le prix à payer pour être en totale adéquation avec soi, sans incongruence notoire.

Manifester, porter et déployer ses valeurs

Avoir des valeurs, les connaître, c'est une chose ; les faire vivre, les manifester, les partager, c'en est une autre. Vos valeurs vous définissent, vous guident aussi car elles correspondent à des besoins intrinsèques et vitaux.

Si votre valeur est la liberté de ton et d'esprit, cela signifie que votre besoin est d'avoir les coudées franches. Si vous évoluez dans un cadre professionnel où vous êtes muselé en permanence, vous serez en décalage total avec vous-même, et en proie à un mal-être qui se répercutera sur vos comportements et sur votre communication. Vos valeurs sont sources de motivation et de puissance mobilisatrice, à condition de les laisser émerger car elles éclairent votre chemin et lui donnent du sens.

À vous de les porter haut et de les faire partager.

Se poser toujours et encore la question : « Mes actes ou mes propos sont-ils le reflet de mes valeurs ? »

Si votre réponse est non, cela signifie que vous êtes en contradiction avec vous-même et que les biais que vous empruntez ressemblent plus à de la soumission ou à de la manipulation qu'à de la communication assertive et/ou du charisme.

Dans une démarche Kaizen, vous vous synchroniserez sur vos valeurs. Le meilleur moyen d'y parvenir passe par une analyse séquencée des émotions induites par un événement et s'appuie sur le constat d'un besoin satisfait ou non. Derrière chaque émotion négative se cachent un besoin non satisfait et bien souvent une valeur reniée.

EXERCICE

Travaillez votre cohérence intérieure…
Comblez vos besoins

Événements	Ressentis	Symptômes physiques	Valeurs reniées ou satisfaites	Besoins inassouvis ou respectés	Action corrective pour combler son besoin
Prendre la parole	Stress	Bouche sèche	Légitimité	Me faire entendre	Me légitimer avec de l'ethos
Dire non	Peur	Rougeurs	Respect	Me faire respecter	Rester à l'écoute de mes besoins et les exprimer

Afficher une « estime de soi » inébranlable

Pas facile si vous faites partie de ceux qui piquent du nez, rougissent et bredouillent dès qu'il s'agit de monter au créneau, de s'affirmer ou de prendre la parole en réunion.

Avant de vous exercer à quoi que ce soit, commencez plutôt par vous pencher sur ce que sous-tend l'estime de soi. Vous trouverez derrière cet idiome pas moins de trois valeurs :

- votre valeur absolue : c'est la valeur inconditionnelle que vous vous reconnaissez en tant qu'être humain. C'est-à-dire qu'elle n'est pas liée à ce que vous faites ni à vos capacités. Tous les êtres humains ont la même valeur absolue, mais tous ne la reconnaissent pas nécessairement. Ainsi, la valeur absolue ressemble à l'amour porté à l'enfant qui paraît. Toutes les têtes se tournent et les personnes s'esbaudissent ;

- votre valeur relative : elle correspond à la conscience que vous avez de vos capacités, coïncide avec la confiance que vous vous portez et constitue un des piliers de l'estime de soi. Les êtres humains n'ont pas la même valeur relative car elle dépend des capacités qu'ils développent, des expériences qu'ils vivent et des moyens qu'ils mettent en œuvre pour les obtenir. Le fait de connaître votre valeur relative signe une bonne estime de vous. En effet, c'est parce que vous êtes sûr de vous que vous affirmerez être excellent en analyse financière, et archi nul en stratégie, et ceci sans forfanterie ni fausse modestie ;

- votre valeur potentielle : elle s'incarne autour des limites que vous vous fixez. En d'autres termes, elle représente votre « ambition héroïque de bien faire » ou de mieux faire. Elle se nourrit de votre idéal et vous meut toujours au plus haut des cieux. Votre valeur potentielle existe à travers tous les desseins que vous vous assignez : « Je veux être calife à la place du calife. »

Les psychologues Christophe André et François Lelord[1] classifient l'estime de soi en quatre catégories :

Estime de soi haute et instable « J'ai une bonne connaissance de moi. » « J'accepte les feed-back positifs. » « Je suis en quête de valorisation. » « J'aime avoir raison. »	**Estime de soi haute et stable** « J'ai une bonne connaissance de moi. » « J'accepte les critiques. » « Je réponds en maniant la dialectique. » « Je ne cherche pas à m'imposer dans la contradiction. »
Estime de soi basse et instable « Je ne connais pas mes valeurs. » « Je n'aime pas qu'on me félicite. » « Je tais mes réussites. » « J'exprime peu mes ressentis négatifs. »	**Estime de soi basse et stable** « Je ne connais pas mes valeurs. » « Je n'accepte pas les compliments. » « Je me reconnais un niveau d'estime bas. »

Alors, riche ou pauvre, beau ou laid, en activité ou au chômage, intelligent ou limité, peu instruit ou cultivé, aimez-vous sans limites !

Attention, gardons à l'esprit :
« Je ne suis pas ce que je fais. »,
« Je suis bien plus que cela. »



1. Christophe André et François Lelord, *L'Estime de soi, s'aimer pour mieux vivre avec les autres*, Odile Jacob, 1999.

L'estime de soi, vous la travaillerez jour après jour en ajustant vos ambitions à vos capacités pour éviter de vous mettre en péril à chaque bataille. Le « connais-toi toi-même » sera votre leitmotiv à inscrire au fronton de votre existence. Nul besoin de viser trop haut, nul besoin de vous mettre en danger, la méthode des petits pas veille sur les changements que vous opérez et les rend indolores.

EXERCICE

Créez votre blason, votre force

Tel un chevalier, sélectionnez quatre des valeurs qui vous fondent, positionnez-les sur un blason en leur associant une couleur et un symbole puis inventez-vous une devise qui vous donne de l'allant, de la force et du courage pour affronter les difficultés.

Exemples de devises : « L'union fait la force », « Au-dessus de tous », « Qui n'avance pas recule », « Nul ne m'atteint », « Doucement mais avec force ».

Ce blason illustrera le sens que vous donnez à votre existence et vous rappellera tout ce qui vient contredire vos valeurs et vos idéaux.

Le blason



Comme un preux et valeureux chevalier des temps modernes, vous vous appuierez sur ce blason pour construire votre identité, pour raconter votre histoire, l'histoire de

qui vous êtes, de vos fondements, de ce qui vous mobilise, vous anime, vous transporte et de ce en quoi vous croyez.

Pour convaincre, vous penserez à afficher une confiance en vous inébranlable, qui n'a rien à voir avec l'arrogance. Et quand vous prendrez la parole, vous éviterez les phrases dévastatrices du style :

- « Vous ne me croirez peut-être pas, mais... »
- « Ce que je vais vous dire va sans doute vous paraître bête... »
- « Vous me confirmerez si j'ai raison... »
- « Je vais sans doute être hors sujet, mais... »

UNE QUESTION DE POINT DE VUE

La seule chose importante c'est que les autres vous jugent à votre juste valeur



Parler de mes réussites c'est compliqué, mon côté low profile me sert doublement, je conserve une posture d'humilité et me délecte à huis clos des hommages qui me sont rendus.

Moi j'ai compris que si je me fais petite souris grise, je n'ai aucune chance de crever l'écran, à moi d'être solaire pour me propulser au firmament.



Transpirer d'authenticité et de naturel

L'authenticité, c'est :

- une compétence relationnelle ;
- une acceptation de soi ;
- une réconciliation avec sa singularité ;
- un regard sur soi d'indulgence et de bienveillance ;
- une qualité essentielle pour un charismatique.

Au bureau ou ailleurs, je ne sais pas si vous avez remarqué, mais vous rencontrez des personnes incroyablement inspirantes. Vous êtes-vous penché sur le sujet pour en décrypter la raison ? En regardant de plus près, vous vous rendrez compte que ce sont des individus qui ont une vérité à eux-mêmes et, *de facto*, sont d'un naturel assez déconcertant car ils osent se présenter au monde tels qu'ils sont, et c'est précisément ce qui est touchant.

Prenons l'exemple d'un collaborateur novice dans un cabinet d'expertise comptable qui n'oserait pas communiquer à son boss sa méconnaissance des rapprochements bancaires, tout cela par peur d'apparaître comme incompétent. En se taisant sur le sujet, il sauve peut-être la face, mais tronque sa vérité et renonce à être lui-même en mettant de côté certaines de ses valeurs comme l'autonomie et l'efficacité. Quand vous manquez d'authenticité, vous ne faites que contredire vos valeurs. À ce titre, vous vous mettez tôt ou tard en danger.

Et si vous retrouviez votre enfant intérieur en posant un instant votre regard sur les tout-petits et sur leur spontanéité déconcertante. Vous pourriez vous inspirer de leur vibration émotionnelle, à l'abri des filtres, des freins, des défenses : « de la tête au cœur », sans craindre votre vérité et en assumant joies, peines, peurs…

Pour Carl Rogers, l'authenticité est le premier facteur d'influence sur les autres. Il y a authenticité lorsqu'un individu affiche une congruence entre son Moi-Idéal et son Moi-Vécu. Il n'y a pas de delta entre ce vers quoi je me propose d'aller et ce que je suis capable de déployer pour y parvenir. L'authenticité transpire dans la relation et les interactions avec les autres, elle induit de l'épanouissement et fait le nid de la confiance et de l'altérité.

Malgré tout, il est des authenticités dont vous vous abstiendrez… Parfois, vous vous tairez plutôt que d'apparaître comme faible et démuni, sous peine de vous faire croquer tout cru. Alors si vous passez votre temps à vous dévaloriser, pensez que vous ne jouez pas toujours la bonne carte non plus.

EXERCICE

Hissez haut vos valeurs, affichez votre vision

En vous exprimant avec intensité et passion, vous suivrez cette trame :

- Ce que je suis
- Ce qui m'anime
- Ce qui me fait avancer
- Ce que je redoute
- Ce qui me peine
- Ce qui me réconforte
- Ce en quoi je crois
- Ce dont j'ai besoin
- Ce qui fait briller mes yeux

Se rallier à la positivité

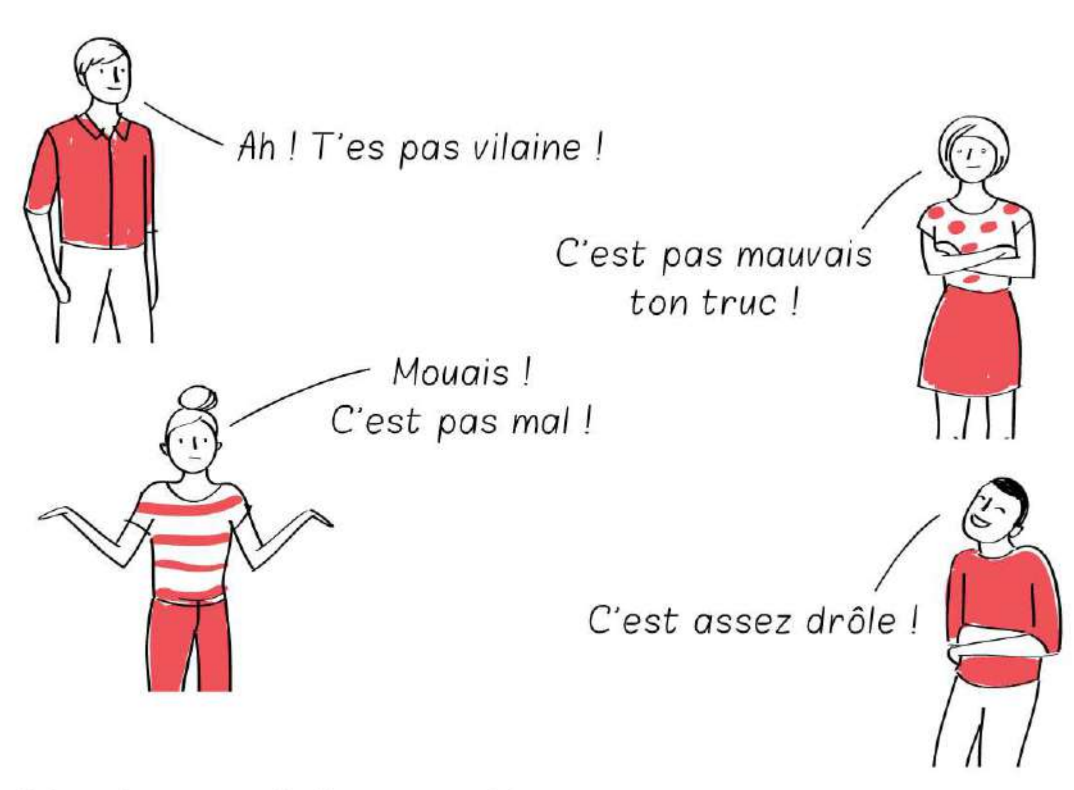
Parler de la bouteille à moitié pleine, voilà un exercice plutôt difficile pour les Français que nous sommes et qui penchent assez systématiquement pour une vision pessimiste et négative des situations. Envisager le pire est une manière de se positionner face à la vie qui ne s'accorde guère avec le charisme. Pas étonnant qu'en induisant du négatif vous apeuriez certains de vos congénères et manifestiez une incapacité à rallier, fédérer, entraîner.

Au lieu de vous focaliser sur ce que vous ne voulez plus dans votre communication, acharnez-vous à déterminer ce que vous visez. Choisissez la bonne fréquence et le bon canal. Honnissez les pensées négatives ! Elles vous enferment, vous réduisent et vous contraignent. Voyez grand, beau, puissant et phénoménal.

Il est temps de vous inscrire à l'APP, c'est-à-dire l'« attitude permanente positive ».

Il est également temps de vous abonner à l'API, « assumption of positive intent », c'est-à-dire partir du principe que votre interlocuteur est dans un état d'esprit positif à votre intention ou, en d'autres termes, arrêtez de penser que les individus vous veulent du mal.

Votre boss vous évite depuis trois jours et semble de très mauvaise humeur. Si vous vous mettez dans l'API, vous vous interdirez de faire tourner à plein régime votre machine à ruminer : « Tiens, il ne m'adresse pas la parole, que se passe-t-il ? C'est sans doute parce qu'il a trouvé mon rapport totalement pourri ? Donc il m'en veut… » Et ainsi de suite, jusqu'à ce que vous aussi vous finissiez par faire la tête sur une interprétation des plus subjectives et hasardeuses.



Faire rêver avec la langue positive

Voir la vie en rose[2] rien de tel pour emmener l'auditoire dans une perspective qui le comble et le projeter dans un avenir exaltant à l'instar de Jaurès, qui parlait souvent au futur pour projeter son public dans un après prometteur.

C'est la raison pour laquelle vous parlerez en positif et éviterez les formulations négatives en intégrant une bonne fois pour toute que le cerveau ne traite pas les « ne pas ». Question de neurosciences.

Ainsi, si vous dites :

- « Je ne mens pas… » ;
- « Je ne suis pas cupide… » ;
- « Je ne change pas en permanence… »

2. Lire à ce sujet *Et si je choisissais d'être heureux : le bonheur mode d'emploi* de Catherine Berliet, Capucine Berliet, Isabelle Leclair, Stéphanie Brouard, Eyrolles, 2014.

Le cerveau de vos interlocuteurs retiendra :

- que vous mentez ;
- que vous êtes cupide ;
- que vous changez en permanence.

Alors, en faisant une cure de positivité, vous opterez pour les propos suivants :

- « Je dis la vérité » ;
- « Je suis désintéressé » ;
- « J'ai de la constance ».

Et vous réussirez l'exploit d'incarner plus encore votre discours, de donner une vibration énergique et optimiste et de vous positionner en personne sûre d'elle et digne de confiance.

Même si vous vous sentez très « normal », rien ne servira de vous définir en creux pour susciter des émules.



En résumé, jetez-vous de façon effrénée sur la joie et le positif, c'est bon pour la santé et excellent pour le moral.

EXERCICE

Transmuez le négatif en positif

Abracadabra… ! Mettez-vous dans l'APP (attitude permanente positive) et transformez ces propos en phrases positives :

« Je ne veux plus de ma solitude. »

« Je ne souhaite plus être stressé. »

« J'aspire à ne pas me mettre en danger. »

« J'adorerais ne plus subir les quolibets. »

« J'aimerais éviter la tyrannie de l'image. »

« J'ai peur de ne pas parvenir à les convaincre. »

Exemple :

« Je veux me faire des amis. »

Puis continuez la liste…

Mettre les autres dans un mouvement de désir

Utilisez des mots joyeux, des mots agiles, des mots qui claquent et pétillent, des mots ressorts qui déclenchent l'action, des mots qui étincellent sur des horizons prometteurs. Vous emprunterez aux tout-petits leurs doux babillages faits d'onomatopées, d'adjectifs qualificatifs et de points d'exclamation. Vous regarderez le monde avec des yeux d'enfant, écarquillés, ébahis, admiratifs, vous utiliserez sans modération leurs superlatifs et leurs expressions de joie, comme dans les dessins animés : Youpi ! Chic ! Super ! Top ! Great ! Hourra ! Oops ! Wouah ! Wow ! Waouh ! Merveilleux ! Extraordinaire ! Excellent ! Grand ! Trop ! Magnifique ! Génial !

En donnant envie :

- de vous suivre ;
- de vous ressembler ;
- de vous épauler ;
- de vous applaudir ;
- de vous rencontrer.

La force de la positivité participe de la construction de ce que nous nous promettons d'être. Nous échafaudons pierre à pierre une construction mentale qui s'inspire de la réussite, et qui est porteuse de confiance en soi et de confiance dans l'univers.

Vous êtes à vous seul un produit marketing, alors préparez votre campagne pour susciter une appétence et rallier. Cette campagne commence par la forme, pour ce qui est du fond il viendra en second. Et pensez qu'il ne faut que deux minutes pour faire bonne impression.

Imaginez un spot publicitaire en noir et blanc sur une musique d'une tristesse absolue avec des acteurs aux mines patibulaires et des images toutes aussi sinistres censées vous vanter les mérites d'un séjour de vacances... Vous comprendrez aisément que personne n'ait envie de partir.

Alors, encore une fois, hissez haut vos couleurs, pavoisez et faites claquer vos idées, vos coups de cœur et vos coups de gueule au firmament des organisations, de vos prises de parole, de vos échanges, le tout mis en mouvement par vos valeurs, vos croyances, vos idées philosophiques, économiques ou politiques.

Donner aux autres « l'envie d'avoir envie ! »

Quand vous êtes tenté de virer au catastrophisme aigu, dessinez-vous des réussites « extasiantes ».

Faire rêver, c'est essentiel. Ainsi : « Il faut toujours viser la lune car même en cas d'échec on atterrit dans les étoiles ! » (Oscar Wilde).

EXERCICE

Fabriquez vos triomphes et donnez envie

Visualisez mentalement et faites apparaître à la conscience vos rêves, ce que vous avez envie d'atteindre, en mettant tous vos sens en lignes de bataille, et en vous imaginant en train de gagner, de réussir, d'être heureux...

Imaginez par exemple que vous êtes applaudi, ovationné, félicité.

Repassez-vous le film de votre succès, écrivez le scénario mot à mot, sensation à sensation, de toutes vos aspirations, constellations fantasmatiques ou de vos désirs inconscients. Faites-les émerger et passer du flou au précis. Vous voyez votre rêve prendre forme, et vous pouvez le toucher du doigt de façon tangible et réelle, il n'est plus un mirage mais votre réalité.

- Qu'est-ce que je ressens ?
- Qu'est-ce que je dis ?
- Comment je le dis ?
- Dans quel état d'esprit suis-je ?
- Qu'est-ce que cela induit dans mon comportement ?

Vous vous préfigurez une représentation optimale de ce que vous voulez atteindre. Votre image devient lumineuse, limpide, elle brille au firmament de vos espérances et prend forme. Voilà vous y êtes… Surtout ne lâchez pas cette image car elle est votre lanterne et votre cap. Vous qui faites route vers une terre promise, celle du charisme, vous exercerez une force d'attraction incroyable.

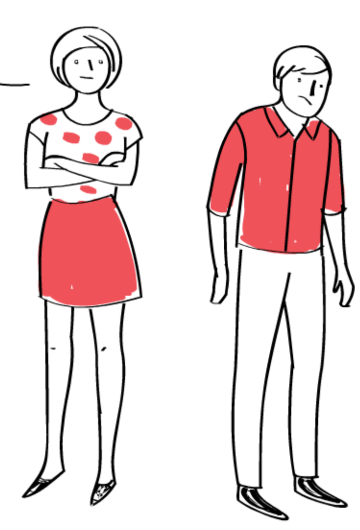
Irradier de l'enthousiasme

Dans son dialogue *Ion*, Platon a donné une importance toute particulière à l'enthousiasme dans sa définition du poète. Pour lui, l'enthousiasme signifie qu'une part de divinité existe en nous, mais nous pouvons y voir que pure affectivité ou désordre de l'âme.

L'enthousiasme serait bel et bien une énergie, un carburant surpuissant capable de déplacer des montagnes, d'inspirer, de vous assigner de grands desseins et de vous donner les moyens de les mener à bien. C'est grâce à l'enthousiasme que vous surmontez les obstacles qui se dressent devant vous, sans virer extatique, car en aucun cas l'enthousiasme n'est une exaltation, mais plutôt une force mobilisatrice et dynamisante, insufflant courage et résistance au stress.

Source de dépassement, il incite chacun à donner le meilleur de lui-même. Signe d'une jeunesse de l'âme, d'une grâce suprême, caractéristique des attributs de l'enfance, il est une habileté qui révèle quelques débordements ou emballements du cœur, pimentés d'euphorie et épicés d'une délicieuse et fébrile candeur.

Si tu passes tes lundis matin à répéter à qui veut l'entendre : « Ça va comme un lundi », ne t'étonne pas de faire le vide autour de toi et de n'intéresser personne. Sois solaire, rayonne et affiche ton plus beau sourire, ton regard le plus intense pour séduire ton entourage. Répète à l'envi que tout va bien dans le meilleur des mondes, que la vie est belle et que tu te sens au top de ta forme. « Fake it to do it. »



L'atout incroyable de l'enthousiasme c'est qu'il est aussi contagieux qu'une maladie infectieuse, et Voltaire dans ses *Lettres philosophiques* de 1733 nous le confirme quand il nous dit que : « L'enthousiasme est une maladie qui se gagne. » Oui, il se communique et donne à l'action une ampleur qui dépasse vos attentes les plus cartésiennes et saute les barrières de la raison. Ainsi l'irrationnel participe-t-il autant que le rationnel à cette lumière intérieure.

Posez-vous la question de savoir pourquoi telle personne est capable de passionner son auditoire ou ses lecteurs, pourquoi telle autre induit une mise en mouvement, et enfin pourquoi certains suscitent un élan hors du commun.

EXERCICE

Souriez : c'est contagieux

Ouvrez un cahier, ou attrapez votre PC pour y consigner vos réussites de la journée. Chaque fois que vous échangerez avec une personne qui manifestement « fait la gueule », challengez-vous sur votre capacité à lui redonner le sourire, la joie.

Bonne chance ! C'est parfois difficile, mais quelle victoire lorsque vous verrez les lèvres se retrousser, les yeux se plisser, la bonne humeur réapparaître et les individus se transfigurer.

Dessinez une croix sur la ligne de votre cahier d'écolier et considérez que c'est une victoire remportée.

L'enthousiasme se lit à votre sourire, à votre gestuelle aussi et bien sûr à vos mimiques. C'est le meilleur moyen d'être perçu comme compétent car être enthousiaste, c'est être à l'aise, c'est percevoir l'avenir avec confiance et ne pas craindre l'inconnu, le changement. L'enthousiasme s'écoute avant de se voir, car il se tapit derrière la plus petite intonation. L'enthousiasme est communicatif, il est un appel au positivisme, un signe de bienvenue, un état d'esprit qui suscite l'attirance.

Méfiez-vous cependant de l'excès d'enthousiasme qui est à coup sûr une façon de rebuter votre auditoire, de l'agacer aussi et d'engendrer des projections négatives. À ne pas confondre avec « le ravi de la crèche ». À vous de trouver le juste milieu, qui consiste à être heureux d'être là où vous êtes, à vous imprégner de l'ici et maintenant, et à nourrir

un sentiment de gratitude et de bienveillance à l'égard de votre auditoire.

Décider d'être joyeux

Disséminez votre énergie, propagez-la pour contaminer votre entourage, le dynamiser, lui insuffler votre élan, votre peps, vos saillies, vos envolées, vos véhémences :

- transcendez,
- enchantez,
- transportez,
- faites rêver,
- pétillez,
- foisonnez,
- jubilez.

Vous les inspirerez par l'éclat de votre personnalité. La clé de cette transmission réside dans une phrase : « Soyez joyeux et combattez la tristesse ! » à l'instar de Baruch Spinoza (1632-1677), chantre de la joie.

Drôle d'injonction, me direz-vous. C'est du même acabit que « Ne tombez pas malade ! » alors laissez-vous aller et lâchez prise car comme le dit le célèbre violoniste américain Yehudi Menuhin : « Il faut toujours que de la tête au cœur, l'itinéraire soit direct. »

Naturel, pas naturel !

Si vous avez l'habitude de faire la tronche, cela ne sera pas évident d'en finir avec le côté ténébreux dans lequel vous vous claquemurez en toutes circonstances, pensant qu'il vous confère une aura, un pouvoir et une autorité sur les autres.

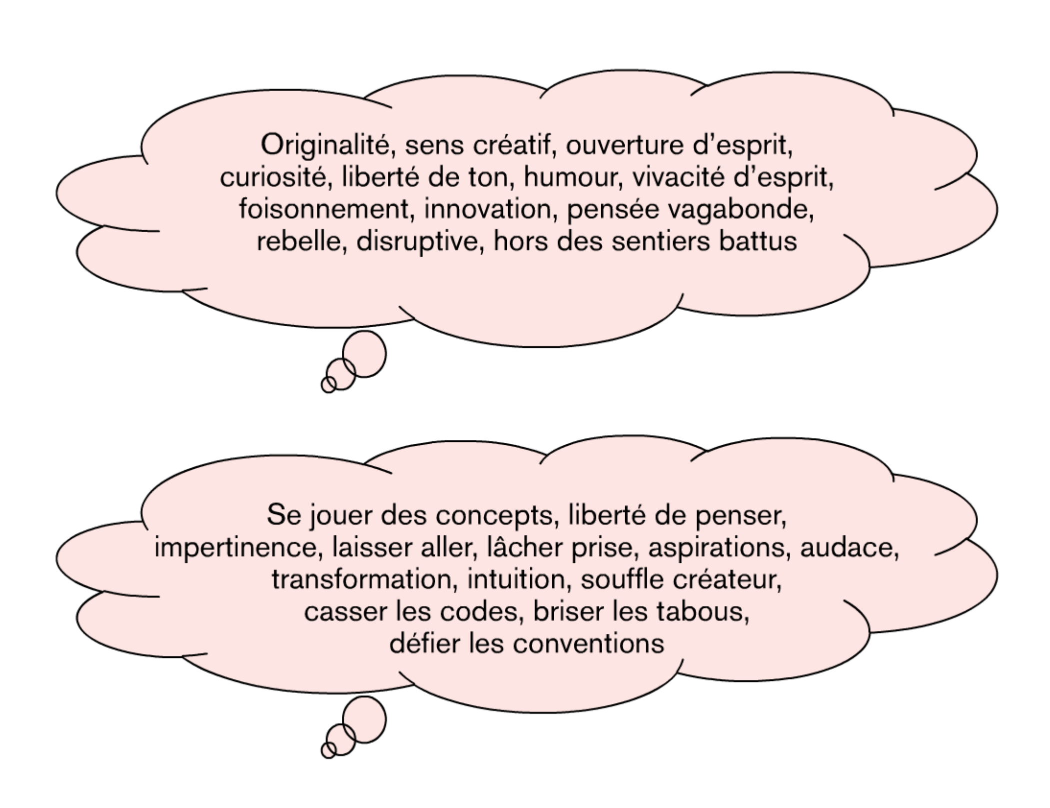
Seuls les mannequins sur les podiums ont le droit de forcer le trait et d'afficher des mines patibulaires censées dramatiser l'instant.

Prenons l'exemple des mendiants dans le métro. Il y a ceux qui sont tristes, cassés par la vie, le regard vide, et qui ont un discours prévisible et insipide ; ceux-là ne récoltent que le mépris. Et puis il y a ceux qui inventent un discours un peu plus gai et enjoué, ceux qui sourient ou font un brin d'humour, ceux qui regardent chacun des voyageurs au fond des yeux et du cœur ; vous vous rendrez vite compte que ce sont ceux qui sont joyeux, positifs et enthousiastes qui récoltent le plus d'attention et le plus d'argent.

Normal, ils se singularisent et leur attitude étonne, amuse, elle établit une sorte de lien invisible. Oui, ça marche…

Penser *out of the box*

Si vous vous questionnez sur le sens de cette expression, vous découvrirez l'incroyable champ lexical qu'il recouvre. Pour mieux la circonscrire, je vous propose de la définir en créant deux nuages de mots :



Les charismatiques refusent la pensée unique et ne craignent pas d'affirmer leur désaccord, en mettant en avant soit un ton libertaire qui décoiffe ou déroute, soit des idées innovantes. Ils jouent la différence et s'illustrent en sortant du lot, en apportant un vent nouveau, une fraîcheur inspirante, en osant lutter contre l'ordre établi, en risquant la provocation aussi.

En affirmant votre différence et votre indépendance d'esprit, vous susciterez l'étonnement d'abord puis l'engouement, à condition de savoir rallier à votre cause.

Et comment comptez-vous sortir du lot ?

En délaissant le confort ronronnant de l'ordre établi pour une pensée originale et disruptive, et en vous saisissant d'une spécificité que vous mettrez en musique et qui sera le reflet de votre personnalité. Le charismatique est souvent

un être lumineux, porteur d'une idéologie du changement et animé par une volonté de transformation sociétale.

Ainsi, vous penserez à :

- privilégier l'anticonformisme ;
- vous doter d'une signature stylistique ;
- vous singulariser à travers votre marque de fabrique ;
- oser faire des vagues et fuir le discours ambiant ;
- faire le « marketing de soi ».

Penser « out of the box », c'est se jouer des concepts, prendre les choses à l'envers, c'est savoir regarder la tête en bas, c'est oser faire sauter les verrous, c'est imaginer des liens inhabituels entre des éléments diamétralement opposés, c'est mettre à mal les modèles et se souvenir de ce que disait Mark Twain : « Ils ne savaient pas que c'était impossible, alors ils l'ont fait… »

Vous allez dire : oui, c'est bien joli tout ça, mais moi je ne me sens pas créatif du tout, je n'ai jamais su et je ne saurai jamais. Pas question de rester sur vos deux pattes arrière, vous allez dépasser vos blocages et dézinguer vos cages mentales en vous répétant comme Woody Allen : « Je suis le seul obstacle à ma grandeur ». Donc le changement, c'est maintenant !

Ikea a joué en son temps une carte disruptive en imaginant vendre des meubles que les clients monteraient eux-mêmes !

Travaillez votre agilité et votre plasticité neuronale, cela s'apprend et se cultive, en s'amusant.

EXERCICE

Chatouillez votre hémisphère droit : « J'irai jouer à Bollywood ! »

Égarez-vous, planez, fantasmez !

1. Mettez-vous dans la peau d'un scénariste et donnez-vous carte blanche pour mettre en scène votre vie rêvée. Testez l'expérience du :

- « Et si… »
- « Il était une fois… »

2. Puis endossez la fonction d'un monteur ; une fois votre nouvelle existence fabriquée, intégrez-la à votre quotidien et à votre réalité en coupant au montage tout ce qui ne vous convient pas.
3. Terminez en vous prenant pour un projectionniste et passez-vous en boucle le film de votre vie idéale, jusqu'à ce que cela devienne un mantra.

Charmer et enchanter

Les charismatiques sont des charmeurs et des enchanteurs, maîtrisant une mystérieuse alchimie empruntée à la fois au séducteur, à celui qui aime plaire et à celle de l'histrionique qui donne à voir. Un subtil mélange à doser savamment et qui consiste essentiellement à :

- se mettre en scène ;
- se faire valoir sans arrogance ;
- s'imposer sans écraser ;
- prendre la parole comme on mord dans un beau fruit ;

- mesurer ses interventions ;
- donner du poids à ses mots ;
- créer de la proximité ;
- se faire confiance sans suffisance ;
- conjuguer rhétorique et sophisme ;
- capter l'essence des situations ;
- rallier avec panache, convaincre avec superbe ;
- irradier par sa présence et sa prestance.

Au-delà des apparences, les attributs de la séduction et les recettes de l'enchantement se nourrissent du verbe, de la poésie, de l'esprit, des lettres, mais aussi de l'humour. Ils se conjuguent et se déploient pour attirer dans leurs rets le plus récalcitrant d'entre nous. Le discours et l'échange s'élèvent et sont alors propulsés par un souffle, un élan, une puissance intérieure, que Freud nommait « libido » et Bergson « élan vital ».



LE SAVIEZ-VOUS ?

L'élan vital : une expression qui parle d'une forme de créativité spontanée, une force qui vous soulève et vous anime, une puissance donnée par un sentiment de liberté et qui vous meut à travers une envie d'évolution et un désir de transcendance.

À cet effet, le philosophe Henri Bergson (1859-1941) opposa en son temps la *religion statique* à la *religion dynamique* qui représentait une quête d'absolu, mue par une force intérieure d'essence mystique.

L'enchantement, vous le mesurez à l'aune de vos désenchantements justement, et c'est en creux que vous réalisez combien il est pesant d'assister à une réunion insipide tenue par un crétin gominé et sans relief, combien il est assommant de ne pas vibrer, combien il est exaspérant de compter les slides à rebours !

EXERCICE

Testez votre capacité à enchanter

Préparez un « pitch elevator », c'est-à-dire un argumentaire éclair sans bla-bla que vous délivrerez dans le temps que met un ascenseur pour passer du rez-de-chaussée au sixième étage. Utilisez ce format pour présenter votre projet à un investisseur, ou votre produit à un client, ou pour convaincre sur ce qui vous tient à cœur. Imaginez un discours jazzy qui fasse vibrer, qui détonne et qui étonne.

Conseils pour construire son pitch :

- avoir un objectif précis ;
- accrocher avec une idée remarquable ;
- profiler et « googliser » son auditoire ;
- se poser les bonnes questions ;
- surprendre pour captiver ;
- faire rêver ;
- préparer, préparer, préparer.

Et ceci avec :

- clarté,
- cohésion,
- cohérence,
- crédibilité,
- conviction.

ET POURQUOI CHANGER

Vous voulez rester fidèle à vous-même

Vous êtes persuadé que rien ne sert de tricher, que vous êtes comme vous êtes et que vous ne voyez pas pourquoi vous devriez opter pour un nouveau trait de caractère. Si vous êtes triste, contrarié, que vous avez envie de « faire votre boudin », vous ne comprenez pas pourquoi vous devriez vous donner autant de mal pour faire « comme si ».

Vous détestez les élans sublimes et les superbes exhortes

Vous ne savez pas vitupérer avec véhémence, pérorer sans honte, haranguer sans vergogne, afficher vos convictions haut et fort, ça n'est vraiment pas votre truc car vous n'imaginez pas une seconde vous donner en pâture, avancer à découvert, prêter le flanc, risquer de vous surexposer.

Vous n'avez pas envie de vous mettre les gens à dos

Et vous ne voulez pas non plus vous aventurer sur un terrain miné. D'abord vous attireriez les foudres de vos détracteurs, vous savez aussi que vous heurteriez les susceptibilités, et vous n'avez pas envie de déplaire, tout simplement.

Et puis…

Vous avez beau vouloir convaincre…

… vous continuez à vous trouver « robinet d'eau tiède ». Vous vous sentez inefficace dans vos argumentaires et vous gardez toujours la sensation amère de faire « chou blanc » sur tout, comme autant de coups d'épée dans l'eau.

Quels que soient les enjeux, vous vous ralliez toujours à la pensée dominante en faisant fi de vos valeurs.

Ah ! J'oubliais…

Malgré votre envie de vous singulariser, vos pilotes internes vous font comprendre que vous devez rester dans le rang. Vous adoreriez sourire ou charmer, mais effrayé à l'idée de vous prendre un râteau, vous vous la jouez marmoréen et ceci quelle que soit la créature qui se trouve en face de vous.

Et aussi…

Sortir de votre zone de confort, c'est pas votre truc

Le constat est sans appel. Alors vous faire violence là, tout d'un coup, et vous mettre à déclamer des envolées lyriques ébouriffantes, à égrener des tirades cyranesques, à réciter

des exposés virevoltants et vibrionnants, à proférer des discours ahurissants et fracassants, ce serait violent et cela vous obligerait à un vrai grand pas de géant. Pas sûr que vous vous sentiez prêt pour passer de la sous-inclusion au panache et à la présence.

Vous avez toujours fait l'autruche en vous figurant que vos présentations faisaient leur chemin malgré tout, mais à la vérité, elles ne cassent pas trois pattes à un canard.

Voilà, le constat est dressé. Vos axes de progrès se dessinent et ceci constitue déjà un gage de réussite. Certes, vous avez du pain sur la planche mais vous connaissez à présent les actions à entamer, et avec la méthode des petits pas, vous y arriverez en douceur.

ESSAYEZ QUAND MÊME

Vous ouvrir à d'autres modes de pensée ou d'action, vous acheminer vers une communication plus authentique vous obligera à enclencher la vitesse supérieure, à vous détourner de vos vieux réflexes, à vous défaire de vos cages mentales et à renoncer à la procrastination[3].

Le changement c'est maintenant, et cela passe par des efforts constants et un œil de lynx pour vous autocritiquer et opérer des mutations bénéfiques.

3. Lire à ce sujet *Et si je prenais mon temps* de Catherine Berliet, Eyrolles, 2013.

EXERCICE

Checkez votre positivité

Positiver est un gage d'impact et c'est tellement rafraîchissant pour l'auditoire !

Autodiagnostic

Affirmations	Plutôt vrai = 1 point	Plutôt faux = 0 point
« Je ne peux m'empêcher d'envisager toujours le pire. »		
« Je me méfie des autres et reste sur mes gardes. »		
« Quand je suis malade, je me vois toujours à l'article de la mort. »		
« Je n'aime pas quand il pleut, cela me rend triste. »		
« La musique me donne toujours le blues. »		
« Mon réalisme me fait voir la vie telle qu'elle est. »		
« Je ne chante jamais, d'ailleurs je chante faux. »		
« Partir, c'est mourir un peu. »		
« La vie n'est pas un long fleuve tranquille. »		
« La famille Ricoré : très peu pour moi. »		

.../...

…/…

Résultats

De 0 à 5 : vous êtes plutôt joyeux, mais vous ne vous faites pas trop d'illusion sur l'issue des situations. Vous avez au fond de vous une appétence à la joie, vous aurez juste à lever le voile sur certains *a priori.*

De 5 à 7 : vous êtes souvent contre avant d'être pour, mais vous finissez par lever vos verrous une fois dans le feu de l'action. Votre entourage vous trouve peu enthousiaste, et vous préférez voir tout en noir pour être agréablement surpris après.

De 8 à 10 : vous êtes très négatif, c'est votre marque de fabrique, vous le savez, mais votre prisme est celui de l'inquiétude, de l'anxiété. Apprenez à changer de lunettes, vous irez mieux.

Au bureau, chez vous dans votre cuisine ou dans un couloir, créez un *good feeling wall* ou mur de la bonne humeur.

Munissez-vous de feutres bigarrés, de post-it multicolores et protéiformes et notez, collez, épinglez, affichez, taguez au quotidien :

- vos pensées,
- vos citations,
- vos rêves,
- vos smileys.

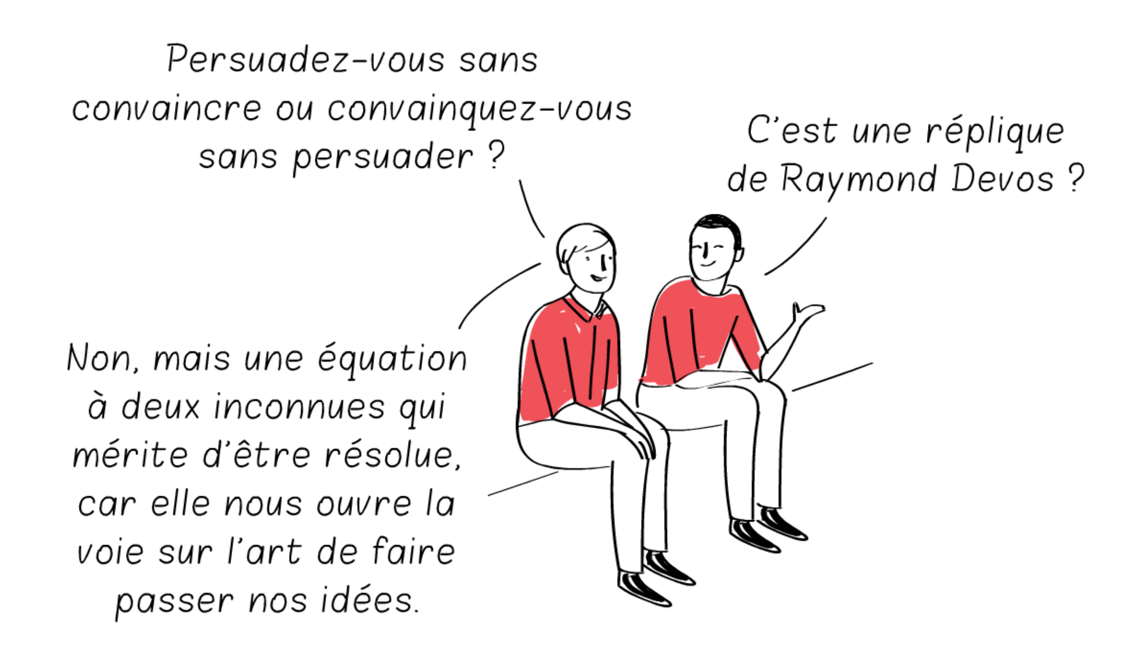
Attention, ce n'est pas le mur des c…, mais le mur de la joie. Alors allez-y allègrement et dessinez tout ce que vous voulez à condition que ce soit joyeux, positif et irradiant. Effet euphorisant garanti.

Partager ses passions pour convaincre

Pas facile de déchaîner les foules et d'enthousiasmer si vous-même n'êtes pas convaincu. La passion est porteuse de joie, et la joie est une émotion virale qui se partage.

Bien sûr, vous pourriez dire à l'instar de Cioran dans ses *Cahiers* : « Je n'aime pas démontrer, car je ne tiens à convaincre personne », mais c'est sans compter votre sensibilité et votre appétence au pouvoir. Et que diriez-vous de décrocher la lune en remportant l'adhésion ?

Connaissez-vous la différence entre convaincre et persuader ?



Quelle est la différence entre convaincre et persuader ? Pour convaincre, vous aurez besoin de preuves et ferez appel à la raison. Pour persuader, vous irez chercher l'adhésion émotionnelle et ferez appel au cœur.

En définitive, ces deux mots ne sont pas antinomiques et se complètent autour de deux piliers : la tête et le cœur. Alors ? Si vous voulez des followers et des « likes », inoculez ce qui fait briller vos yeux ! Au fait, rappelez-moi combien vous avez de « likes » et de followers sur votre compte Facebook, Instagram ou Twitter ?

EXERCICE

Passionnez : rationalisez, émoticônez !

1. Parlez de votre passion avec l'idée de convaincre et persuader.
2. Commencez par convaincre avec des éléments factuels et raisonnés (la tête).
3. Puis persuadez en convoquant vos émotions et en utilisant votre cœur.

Les comportements de leadership sont caractérisés, selon le psychologue américain d'origine allemande Kurt Zadek Lewin (spécialiste en psychologie sociale et comportementale, 1890-1947), par une interaction entre un individu et un environnement. Ainsi, comprendre le leadership passe par l'étude de la relation du leader et du contexte. Il s'agit d'élaborer une interaction en étudiant le contexte. La meilleure solution pour y parvenir réside encore et toujours dans le questionnement : qui vais-je rencontrer, quel est mon objectif ?... (CQQCOQP : comment, qui, quoi, combien, où, quand et pourquoi.) Les réponses que vous apporterez seront autant de leviers pour tisser un lien, établir un pont et comprendre une situation.

Jouer à Merlin l'Enchanteur ou à la fée Clochette

Pas facile d'enchanter surtout quand vous êtes désenchanté par un contexte professionnel ou personnel déprimant ou par je ne sais quelles vicissitudes quotidiennes. Le charisme se nourrit de la positivité et d'un état d'esprit tout à fait particulier, empreint d'élan vital, d'ouverture et d'attention à l'autre. Il y a dans la tête du charismatique la promesse d'un monde meilleur et comme un grand vent de fraîcheur.

Dans *L'Art de l'enchantement*, Guy Kawasaki[4] nous dit que la meilleure façon d'y parvenir ce sera de devenir un *mensch*, un terme yiddish qui veut dire : devenir une bonne personne, c'est-à-dire le genre de personne que tout le monde veut suivre et qui inspire confiance. Un *mensch*, c'est un mec vachement sympa, un idéaliste qui veut rendre le monde meilleur.

Alors, endossez les vertus du *mensch*, c'est-à-dire de l'honnête homme, de celui qui est essentiellement dans la bienveillance.



Respectez le statut du *mensch* développé dans le livre de Bruna Martinuzzi, auteur de *The Leader as a mensch : become the kind of person others want to follow*[5].

- Soyez transparent et honnête.
- Respectez vos détracteurs, vos contradicteurs, vos ennemis.

4. Guy Kawasaki, *L'Art de l'enchantement*, Diateino, 2011.
5. Bruna Martinuzzi, *The Leader as a mensch : Become the kind of person others want to follow*, Six Seconds, 2009.

- Respectez les idées des autres.
- Tenez vos engagements.
- Excluez les remarques désobligeantes et préférez tirer des leçons.
- Passez du mode pourquoi au mode comment pouvons nous faire pour ?
- Écoutez sans interrompre.
- Considérez les ressentis des autres.
- Aidez vos congénères de façon désintéressée.
- Partagez vos connaissances, vos savoir-faire et votre expertise.

Passer graduellement du management au leadership charismatique

Si vous voulez crever l'écran et briser le plafond de verre qui vous empêche d'atteindre le graal absolu, vous commencerez par clarifier ce qui fait la différence. Cette prise de conscience vous ouvrira les yeux sur l'échelle des valeurs séparant le manager du leadership et le leadership du leadership charismatique.

Pour rejoindre le clan des leaders charismatiques, vous vous poserez deux questions :

- Qu'est-ce qui les différencie ?
- Comment passe-t-on du leadership au leadership charismatique ?

Le manager pur et dur n'est qu'un exécutant qui agit sur des stimuli et beaucoup plus dans la réactivité que dans la proactivité. Ses prises de risques et d'initiatives sont limitées, et il ne fait pas valoir ses propres idées.

Le manager qui a du leadership déploie des qualités qui s'apparentent au charisme. Vous trouverez dans le leadership un processus d'influence entre des individus mobilisés autour d'un but commun, étant prêts à relever des défis et décidés à agir ensemble pour faire bouger les lignes. Il n'est pas nécessaire d'avoir du charisme pour exercer un rôle de meneur. Le leader rallie, mobilise ses équipes et challenge les hommes autour d'objectifs communs, il le fait en distillant un cocktail de six ingrédients, les 6 C :

- **C**rédibilité (expérience, expertise, réputation) ;
- **C**onviction (croire en soi et à ses idées) ;
- **C**onfiance (polarité de la confiance en soi et dans les autres) ;
- **C**ommunication (verbale, paraverbale, non verbale) ;
- **C**ollaboration (proximité et prise en compte du groupe) ;
- **C**ompétences (reconnues, valorisées, transmises).

Le leader charismatique a deux atouts supplémentaires : c'est un « tendanceur » et un « influenceur ». Ce dernier reste malgré tout soumis à la reconnaissance faite par le groupe d'individus censés le suivre. Il dépend exclusivement d'une communauté émotionnelle qui se ralliera (ou pas) à son panache blanc. Le leadership charismatique a un pouvoir qui n'existe qu'à travers l'assentiment des suiveurs, c'est pourquoi il est conditionnel et volatil. Le chef pourra être perçu comme charismatique à un moment et non charismatique à un autre.

Exemple

Si vous prenez l'exemple du leader charismatique incarné par Dominique Strauss-Kahn avant l'épisode du 14 mai 2011, ses partisans étaient prêts à le suivre. Ce qui n'était plus du tout le cas après cette date fatidique où il a vu ses espoirs s'envoler. Son image charismatique s'est émoussée, bien qu'il soit toujours perçu comme un personnage compétent, talentueux et reconnu dans son domaine d'expertise.

Le leader charismatique imprègne son ADN et :

- crée l'ascendant ;
- donne une vision ;
- s'exprime avec brio et éloquence ;
- impacte par sa présence ;
- exerce une séduction par son charme ;
- agit dans la singularité ;
- ose prendre des risques.

Et ce sont justement tous ces éléments qui donnent envie.

QUE RETENIR DE TOUT CELA ?

- Votre charisme passe par la connaissance de soi : toujours et encore la même rengaine ! Quand vous savez qui vous êtes, vous connaissez vos zones d'excellence et repérez ce qui vous met en danger. Ainsi vous percevez l'autre différemment, non plus comme un intrus menaçant mais comme un allié collaboratif.
- Votre authenticité témoigne d'une sincérité, d'une cohérence, d'une fidélité à vos valeurs qui font le lit du charisme. Être authentique revient à rester vous-même sans vous sentir démuni, défié ou inquiété. Dès lors, la communication s'établit sans crainte et le courant passe. Vous êtes en prise directe avec ce que vous êtes, prêt à vous brancher sur l'autre.
- Votre positivité induit de l'optimisme, des réactions positives en retour et favorise l'émergence d'un monde meilleur et bienveillant. Ce supplément d'âme donne envie et touche les esprits, car « l'homme est doté d'un programme biologique de survie qui lui fait fuir le stress et rechercher en priorité le

plaisir… », c'est ce que nous dit Henri Laborit, célèbre neurobiologiste (1914-1995). Or le catastrophisme induit du stress alors que l'optimisme est une promesse de bonheur qui rallie émules et disciples.

- L'enthousiasme est votre force : un peps, un dynamisme, une allégresse, bref une énergie singulière qui emporte tout sur son passage tel un tsunami émotionnel qui dévaste et installe votre tête dans les étoiles tout en vous donnant une envie furieuse et irrépressible de passer à l'action.
- Vous renoncerez à figer votre pensée derrière la bienséance, l'ordre établi et privilégierez la pensée disruptive, le chaos cognitif, le big bang idéatif, autant de ruptures fertiles pour vous réinventer et imaginer des concepts ou paradigmes créateurs d'un monde meilleur.
- L'enchantement est votre clé universelle, votre passe-partout pour convertir et rallier les esprits les plus réfractaires. En cela, il est une baguette magique qui transforme les timorés en irréductibles, les sceptiques en aficionados. Dans l'enchantement siègent la conjonction et la confluence de toutes les habiletés ici énumérées, à mettre en œuvre sans modération…

CHAPITRE 4

CONVAINCRE AVEC PANACHE

Après avoir lu ce chapitre, vous capterez l'essence du style, le maniement de la rhétorique, la fulgurance des mots, car plus qu'un état d'esprit, le charisme, c'est aussi du contenu, de la méthode, du rythme. Vous découvrirez que vos propos doivent servir vos objectifs et les mettre en musique autour d'une histoire bien troussée.

Vous y ajouterez la maîtrise du français, celle des mots : qu'ils soient bleus, doux, chocs ou édulcorés, qu'ils virevoltent ou ensorcellent, inspirent ou écartèlent.

« Je lui dirai les mots bleus,
ceux qui rendent les gens heureux… »

Jean-Michel Jarre

Achille est un grand gaillard, genre frigidaire de 250 litres, qui en impose quand il prend la parole, exercice qu'il adore au demeurant, et dans lequel il se libère en faisant fi de toute retenue.

Chaque fois, c'est la même rengaine, il se lance, s'enflamme et part dans de grandes diatribes où ses idées se bousculent et se télescopent tant il a de choses à exprimer.

Son discours vous prend de court, vous tentez d'en saisir les mots, d'en capter les idées, c'est peine perdue car, aussitôt prononcé, il enfourche un nouveau cheval de bataille et vogue vers d'autres horizons. Avant que vous n'ayez eu le temps de piger quoi que ce soit, il vous laisse en rade et vous êtes à la ramasse en vous demandant ce qu'il a bien pu vouloir dire.

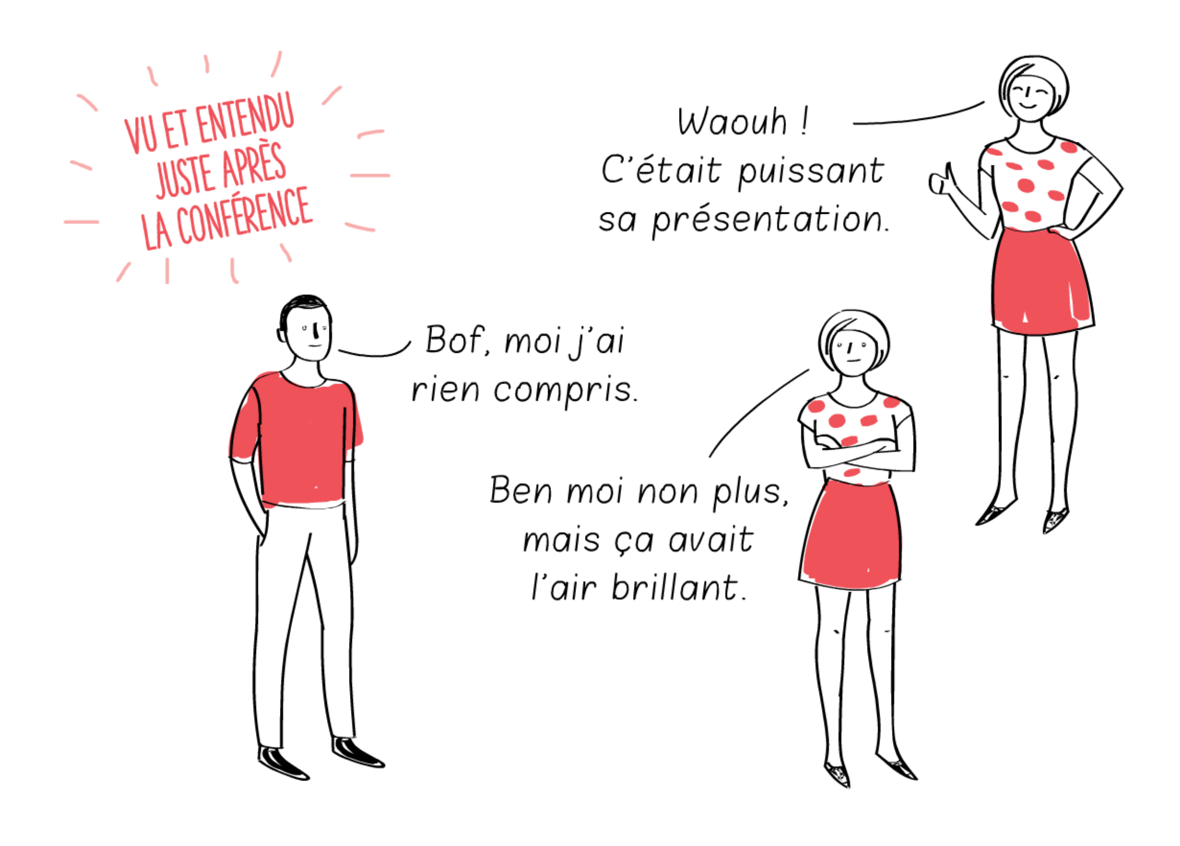
Vous qui l'écoutez, vous êtes frustré à force de vous faire balader et de naviguer entre ses subordonnées conjonctives, relatives, ses parenthèses, ses incidentes et ses digressions. C'est infernal, vous avez beau chercher le sujet, le verbe ou le complément, impossible de mettre la main dessus. Pourtant vous n'êtes pas décérébré et *a priori* normalement cortiqué, or vous n'avez rien pigé au discours d'Achille, et c'est normal, car Achille est « cerveau droit », il ne structure pas sa pensée.

Quand Achille communique, il préfère marivauder et embrasser un nouveau concept à la minute. Achille est un impressionniste de la pensée, perdu dans sa nébuleuse évaporée et dans l'incapacité absolue de structurer son

discours en 1, 2, 3, plus prompt à sauter du coq à l'âne qu'à s'inscrire dans une logique facilitant la compréhension et la mémorisation du message qu'il adresse.

Ses auditeurs sont perdus, idem pour ses collaborateurs qui ont beaucoup de difficultés à se fondre sur sa perception du monde extérieur « à la louche » ou « grosso merdo ».

Mauvaise nouvelle pour Achille, il perd ses interlocuteurs et ne réussit pas à les fédérer.



LES CLÉS POUR CHANGER

Travailler l'excellence expressive

La rhétorique est, d'une part, l'art de parler en public, mais aussi l'art de bien s'exprimer en toutes circonstances.

Platon considère que la rhétorique est l'art à l'aide duquel l'orateur exerce une influence sur l'âme par l'intermédiaire du discours prononcé. Or, point de charisme sans capacité à entraîner.

Aristote aime à dire que les hommes se définissent par le discours, qu'ils aient à babiller, évoquer, informer, soutenir, défendre, juger, accuser, soutenir ou plaider.

La maîtrise des techniques oratoires, de la rhétorique et de la dialectique semble s'être évaporée avec les années, sauf dans les prétoires. À vous d'en redécouvrir les secrets.

L'art oratoire se déploie autour de trois styles :

- le style délibératif quand il s'agit de discourir sur les institutions générales du pays comme peuvent le faire des assemblées populaires (« Nuit debout » et ses débats en place publique dans plusieurs villes de France au deuxième trimestre 2016) ;
- le style judiciaire quand il s'agit de faire valoir ses droits face à des personnes qui vont les juger (les prétoires) ;
- le style démonstratif quand il s'agit de toutes les autres formes de discours dénués de délibération et de jugement (la vie quotidienne).

En réalité, vous communiquez souvent pour trois raisons :

- inspirer ;
- convaincre ;
- faire passer à l'action.

Ce sont vos objectifs qui vous permettront d'angler votre sujet, qui vous dicteront les techniques à utiliser ou privilégier : que ce soit les arcanes de la raison, le côté lapidaire de la logique ou la délicatesse des émotions.

Architecturer ses propos

Vous parviendrez à rendre vos propos intelligibles en structurant votre discours comme une valse à trois temps ou, de façon plus prosaïque, comme une commode à trois tiroirs :

- introduction,
- développement,
- conclusion.

C'est une vieille histoire, me direz-vous, qui vous ramène sur les bancs de l'école et pourtant l'introduction est faite pour poser le cadre, contextualiser, vous mettre dans une posture et donner de l'importance à vos propos. Elle est essentielle car elle conditionne le déroulement du discours, avec un effet préparatoire.

Le développement est porteur de démonstration et d'argumentation et s'articule autour de deux ou trois idées phares, pas plus. À vous de le rendre digne d'intérêt, d'enthousiasme en jouant sur plusieurs registres et en utilisant les différentes figures de style ou de rhétorique.

À vous de construire un fil conducteur pour faciliter la logique, la compréhension et la mémorisation du discours.

Articulez l'ensemble avec des transitions et des mots connecteurs qui soient différents de : ensuite, donc, alors... Choisissez plutôt des mots qui structurent vos différents points comme : dans un premier temps, dans un second temps... Ou, pour commencer, pour finir, pour continuer... Ou, en première instance...

La conclusion se fait autrement qu'en disant « Voilà », ce qui signifie implicitement que vous vous débarrassez, et que ouf ! c'est terminé. La meilleure façon de conclure est la reformulation sensée. Enfoncez le clou par le biais de la redondance, ou par un retour aux objectifs énoncés, mais si vous n'avez rien à prouver, vous finirez par une question qui ouvre ou qui renvoie à une autre réflexion.



Pour être efficace, vous devrez :

- démontrer (*docere*) par la rigueur de l'argumentation ;
- plaire (*placere*) par la qualité du style ;
- émouvoir (*movere*) par l'humour ou le pathétique.

Pour retenir votre discours vous accomplirez cinq tâches :

- *Inventio* (quoi dire ?) ;
- *Dispositio* (composer avec rigueur) ;
- *Elocutio* (travailler le style) ;
- *Memoria* (avoir de la mémoire) ;
- *Actio* (mettre en voix et jouer le discours).

Tisser sa trame

C'est ainsi que vous construirez méthodiquement votre intervention autour d'un plan qui vous inspire et surtout en lien avec votre style d'intervention.

Pour illustrer ce propos, nous nous pencherons sur la problématique des méfaits du tabac sur la santé humaine, et nous déclinerons le sujet selon les différents plans énoncés ci-dessous.

Le plan à la Hitchcock

- Dites où vous allez = annoncez l'objectif.
- Montrez comment vous y allez = argumentez et donnez un plan d'action.
- Expliquez pourquoi vous avez cet objectif.
- Démontrez comment vous comptez l'atteindre.

Exemple

1. Nous avons pour ambition de réduire la consommation de tabac chez les jeunes…
2. Nous aborderons d'abord les statistiques liées à la mortalité et aux pathologies dues à la consommation de cigarettes, puis nous évoquerons la prévention à mettre en place…
3. Si nous avons à cœur de lutter contre ce fléau, c'est que de plus en plus d'accidents cardiaques surviennent dès l'âge de 18 ans.
4. Voyons ensemble comment établir un plan de prévention.

Le plan chronologique

Il consiste à suivre le déroulé d'un phénomène sur une échelle temps : hier, aujourd'hui, demain.

Exemple

1. Il y a vingt ans la cigarette était partout.
2. Aujourd'hui la consommation est interdite dans les lieux publics.
3. Demain tout fumeur paiera une taxe additionnelle sur son assurance-maladie.

Le plan dialectique

Il revient à aborder un sujet sous trois angles :

- thèse,
- antithèse,
- synthèse et dépassement de la contradiction.

Exemple

La cigarette est-elle inutile ?

1. Oui elle l'est, elle ne sert à rien, ou plutôt elle sert à nous rendre malades.
2. Non, elle a une vraie fonction, celle de nous donner une contenance, de nous déstresser…
3. Même si la fumée a des effets délétères sur nos poumons, l'évasion qu'elle nous procure, la relaxation qu'elle induit est propice à la créativité.

Le plan analytique

Il sert à pointer une problématique, puis à en étudier les causes, les conséquences, les solutions et les perspectives.

Exemple

1. Le tabac tue.
2. Pourquoi ? À cause de la nocivité de la nicotine.
3. Pour y remédier nous envisageons une campagne d'information et de prévention.
4. De cette façon nous entendons limiter la consommation de 5 % sur cinq ans.

Le plan thématique

Ce plan décline les différents aspects d'une problématique reliés au sujet. Les arguments sont organisés par ordre d'importance.

- Les points de vue
  - du responsable
  - du patron
  - du client
  - du fournisseur
  - du syndicaliste
- Les aspects ou critères
  - financier
  - scientifique
  - esthétique
  - commercial
  - technique
  - historique

Exemple

1. Les débitants de tabac craignent une baisse de leur chiffre d'affaires.
2. Les clients redoutent l'uniformisation des paquets qui porte atteinte à l'image de marque.
3. À cela se surajoute un problème technique de mise en rayon des paquets et un problème esthétique.

Le plan FOA

Ce plan évoque en premier les faits, puis les opinions et termine par l'apport de solutions.

- **F**aits
- **O**pinions
- **A**ctions proposées

Exemple

Les fumeurs commencent à fumer de plus en plus jeunes.

Ce constat est un fléau contre lequel il est difficile de lutter.

Le plus simple serait de faire de la prévention dès la première année de lycée.

Apprendre à argumenter, le FOSIR

Nous les Français, nous adorons tenir tête à nos détracteurs, avoir raison sur eux, leur clouer le bec, bref en découdre ! Nous aimons crier cocorico, en assénant des propos violents et lapidaires aux personnes concernées, ce qui nous fait perdre toute crédibilité. Le charismatique, lui, ne cherchera pas à prendre le dessus ou le pas sur l'autre, il préférera

apposer ses idées et non les confronter. Pour cela, il usera des méthodes qui font appel à la tête et au cœur *via* l'outil FOSIR :

- commencer par les **F**aits (objectivité) ;
- poursuivre par les **O**pinions (subjectivité : tête) ;
- donner du **S**entiment (subjectivité : cœur) ;
- proposer une **I**ntention d'action (engagement) ;
- finir sur la **R**ésonance attendue (conséquences).

Commencer par les Faits (objectivité)

Obtenir l'adhésion sur une vérité première. Sur quoi avons-nous le plus de chances de nous accorder ? Sur des faits, et c'est sur les faits que vous lancerez une argumentation. Le fait n'est ni une prédiction ni une projection mais une réalité assurée.

Exemple

« Les trois piliers de la communication reposent sur le verbal, le paraverbal et le non-verbal. »

Poursuivre par les Opinions (subjectivité : tête)

En partant des faits précédemment énoncés, l'orateur démontre sa thèse à travers une analyse, des propositions, des convictions. C'est ici qu'il déploie ses arguments, sa démonstration et sa réflexion. L'opinion est subjective.

Exemple

« Je pense que nous ne privilégions pas assez le paraverbal. En effet, nous accordons trop d'importance aux mots au détriment du paraverbal. »

Donner du Sentiment (subjectivité : cœur)

Les sentiments sont nos convictions intimes. Ils sont subjectifs mais donnent de l'humanité à une démonstration froide et factuelle. Pensez à intégrer des éléments irrationnels et à faire jouer la corde sensible.

Exemple

« Le fait de passer à côté de nos voix(es) donne un sentiment d'incomplétude, j'en suis désolée, et pour moi et pour les politiques qui favorisent leur image en oubliant leur bel organe. »

Proposer une Intention d'action (engagement)

Tirez les conséquences de votre raisonnement et de vos sentiments pour marquer des intentions d'action. C'est à cet instant que vous définirez les modalités de mise en œuvre.

Exemple

« Le travail sur la voix leur permettrait d'asseoir leur autorité et de rajouter de la conviction à leurs propos, car une voix posée et bien timbrée pénètre jusqu'au tréfonds du cœur, fait vibrer. »

Finir sur la Résonance attendue (conséquences)

De cette mise en œuvre découle une nouvelle situation qui est la résonance de cette action, c'est-à-dire le résultat attendu.

Exemple

« Ainsi ils gagneraient en congruence et en crédibilité. »

Quand vous argumentez, pensez que trop d'arguments tuent l'argument. Songez également à abandonner les points qui ne servent pas l'objectif, et à varier le style d'argumentaire.



Pour étayer votre démonstration vous choisirez entre trois types d'arguments :

- l'argument de caution. Quand vous relevez que tel artiste ou VIP a signé tel manifeste ou telle pétition ou encore que tel homme politique s'est exprimé pour dénoncer telle ou telle pratique. Vous vous légitimez en vous référant au bon Dieu ;
- l'argument de communauté. Quand vous mentionnez que « les Anglais veulent le beurre, l'argent du beurre ; l'Europe et pas l'Europe », vous en appelez à un ensemble de personnes, à un groupe, une culture… Vous vous légitimez en vous référant à ses saints ;
- l'argument de cadrage. Quand vous faites remarquer : « La guillotine, qu'est-ce que c'est : c'est prendre un homme vivant et le couper en deux morceaux. » (Robert Badinter lors du procès de Patrick Henry pour convaincre les jurés de l'horreur de la peine de mort.) Ainsi, vous remettez l'église au milieu du village, vous appelez un chat un chat, combattez la langue de bois et revenez sur le plancher des vaches.

Donner de l'impact à son discours

Cela passe par trois points essentiels :

- votre capacité à condenser vos phrases ;
- votre capacité à établir un dialogue autour du « je » ;
- votre capacité à respecter les 4 C.

Condenser ses phrases

Impacter, c'est compacter les mots. Ainsi je vous propose de toiletter vos textes, comme lorsque vous écrivez un e-mail et qu'à la relecture vous jugez bon d'en supprimer certains éléments. Pour aller droit au but, vous couperez au montage, ce sera plus incisif et chirurgical. Pour accentuer le phénomène, vous utiliserez des verbes d'action à l'infinitif. Par ce biais, vous supprimerez tous les mots parasites : adverbes, adjectifs et vous assisterez médusé au nettoyage de vos textes. Alors, donnez un grand coup de balai pour chasser les : « petit, assez, peut-être, quand même, encore, toujours, jamais, quelques, un petit peu… ».

Exemple

« Vous pourriez envisager une action de communication qui toucherait nos clients afin de leur faire part de nos nouveaux produits mis sur le marché » deviendra : « Je compte sur vous pour informer nos clients des nouveautés catalogue. »

EXERCICE

Toilettez cette phrase

« J'aimerais quand même bien que vous pensiez un peu à la mise en forme des documents que je vous ai remis afin de les rendre moins fouillis et plus lisibles. »

Réponse :

J'attends que vous me rédigiez des documents clairs et lisibles.

Établir un dialogue autour du « je »

Le « je » fait passer à l'action, il motive, responsabilise. À condition de ne pas tomber dans le « moi je » systématique et de l'équilibrer dans une triangulaire qui convoque également le nous et le vous.

Exemple

« Je compte sur vous… » au lieu de « Ce serait bien si… »

« Je vous suggère… » au lieu de « Il faut… »

« Je vous invite à… » au lieu de « Il n'y a qu'à… »

« J'attire votre attention sur… » au lieu de « Vous pourriez… »

Respecter les 4 C

Lorsque vous prenez la parole, souvenez-vous que votre message doit être :

- court,
- clair,
- concis,
- compréhensible.

EXERCICE

Faites court et simple

Simplifiez la phrase suivante :

« Je suis un élu de la France rurale où les agriculteurs démontrent l'excellence de leur travail sans en recevoir les revenus qu'ils méritent. » (François Hollande, discours du Bourget, 22 janvier 2012.)

Jouer sur différents registres

L'expressivité est subtile, car il s'agit à la fois de mobiliser et d'orienter les âmes ou le ressenti, de « mettre les foules en fureur, puis pour, à l'inverse, apaiser cette fureur par enchantement » (Platon[1]).

Les deux chercheurs de l'université de Warwick que sont Loizos Heracleous et Laura Klaering[2] ont expliqué comment le génie de l'informatique Steve Jobs a élevé la rhétorique au rang d'« art appliqué de la persuasion » et comment il veillait à s'atteler à la troïka de l'ethos, du logos et du pathos.

Avant lui, Winston Churchill, orateur hors pair, prix Nobel de littérature en 1953, auteur d'un discours aux Communes en 1940 qui changea le cours de l'histoire, appliqua les principes d'Aristote quand il dit : « Moi, Winston Churchill, Premier ministre [ethos], je vous dis qu'il faut gagner la guerre, autrement les conséquences en seront tragiques…

1. Platon, *Phèdre*, trad. de Luc Brisson, GF Flammarion, 2004.
2. *Op. cit.*

[logos], mais cela coûtera de la sueur, du sang et des larmes [pathos]. »

Une trinité proche de la complétude communicationnelle qui forge la congruence. Êtes-vous aligné ? Comment espérer haranguer, contester, fulminer, amadouer, revendiquer, rassurer, si une partie de vous s'égare et se disperse en postures contradictoires, si vous n'exprimez pas ce que vous ressentez et restez de marbre.

Quand le pathos s'invite, la dramatisation emmène vos interlocuteurs dans votre univers, et c'est bien cela qui touche. Si vous êtes triste, vous saurez parler de vos états d'âme et c'est ce qui installera cette proximité, cette intimité fédératrice.

C'est le secret des bons orateurs et de Cicéron en particulier qui sait mieux que tous s'exprimer avec passion : « Le pathos revient alors presque à un choc, en tout cas c'est tout ce qui affecte l'auditoire et modifie son jugement en conséquence. D'où l'importance qu'il y a à jouer sur ses affects, afin de provoquer une réaction, une réponse, que l'orateur espère conforme à ce qu'il souhaite[3]. »

Et dans le même temps trop de pathos entachera votre crédibilité en vous rendant misérable et digne de pitié, or vous ne faites pas la manche.

3. Michel Meyer, *Principia Rhetorica. Une théorie générale de l'argumentation*, Fayard, 2008.

EXERCICE

Sortez les violons !

Entraînez-vous à la langue du Pathos, remémorez-vous un événement qui vous a profondément marqué et tentez de décrire minutieusement vos ressentis en lien avec ce que vous avez vécu.

Bien manier le verbe

Les mots se font lumière ou noirceur, délice ou douleur, caresses ou uppercuts, miel ou fiel, velours ou acier trempé, incantations lancinantes ou mélopées sirupeuses[4]… À charge positive ou à connotation négative, ils reflètent vos états d'âme. Vous entendrez les mots d'injures qui grondent parce que éructés *ab irato*, les mots de l'arrogance qui méprisent et rabaissent, enfin vous mesurerez combien un adverbe peut faire mal et agresser : « Avec vous c'est toujours la même chose, vous m'avez encore fait cela et vous devriez quand même faire attention à votre travail… »

Même si le verbal ne représente que 7 % de votre impact communicationnel, selon Albert Mehrabian, commencez par le commencement et apprenez à manier le verbe, le mot juste, le mot qui interloque et pose question, le mot qui décoiffe et ensorcelle, celui qui transporte et émerveille. Vous les ferez danser en les mettant en musique et vous jouerez du rythme pour qu'ils scandent, apaisent ou martèlent les tympans de ceux que vous comptez toucher.

4. Lire à ce sujet *Et si je faisais bonne impression,* de Cécile Gevrey-Guinnebault, Eyrolles, 2014.

Vous délaisserez les mots qui fâchent :

« Vraiment ? »

« Quand même… »

« Ce n'est pas vrai… »

« Ça reste à prouver… »

« C'est vous qui le dites… »

« Je m'inscris en faux… »

« Ça n'a aucun sens… »

« C'est nul… »

« C'est votre problème… »

« Non… »

« Un point c'est tout… »

Vous tournerez le dos aux mots prêchi-prêcha :

« Vous ne devriez pas faire ça… »

« Moi à votre place… »

« Ce n'est pas du tout ce que je disais… »

« Vous auriez dû… »

« Puisque cela vous arrange. »

« Si j'ai un petit conseil… »

« Je vous l'avais bien dit pourtant… »

Vous épinglerez les fautes de français :

1. « Je pars en retraite ! »

2. « Je déjeune en terrasse ! »

3. « Je mange à peine le midi ! »

4. « Je vous retrouve ce midi ! »

5. « Je suis sur Paris ! »

6. « Vous êtes sur une nage de saint-pierre et sur un coulis de rutabagas !... »

Réponses : 1 = Je pars à la retraite, 2 = Je déjeune sur la terrasse, 3 = Je déjeune à peine à midi, 4 = Je vous retrouve à midi, 5 = Je suis à Paris, 6 = Je vous propose une nage de saint-pierre et son coulis de rutabagas.

Vous supprimerez de votre disque dur tout ce qui contient bon, question de savoir-vivre, usages et convenances, car tout ce qui « est bon » « n'est pas toujours bon », sauf pour un usage commercial !

« Bon appétit. »

« Bonne journée. »

« Bonne continuation. »

Exception à la règle : « Bon voyage ! »

Vous vous abstiendrez de dire :

« Je vais au coiffeur. »

« Je pars à la mer. »

« Je vais au docteur. »

Vous penserez à aller chez le coiffeur et chez le docteur, vous vous réjouirez à l'idée de partir au bord de la mer, et vous noterez que vous devez mener la vache au taureau !

Vous zapperez les tics qui sont des tocs.

Ces mots automatiques et désincarnés que vous prononcez à l'insu de votre plein gré, ces boucliers antitrac :

« Au jour d'aujourd'hui ! », « Incessamment sous peu », « C'est clair ? », « Pour faire court », « Que du bonheur ! »...

Vous vous interdirez de dire « manger ».

Dites-le vous une bonne fois pour toutes, mieux vaut bouffer que manger ! Ce mot est un marqueur social. Si vous voulez passer pour un bourrin ou un beauf, continuez à l'utiliser, mais si vous voulez vous exprimer en homme ou femme éduquée, vous déjeunerez, dînerez ou souperez. Honnissez le détestable : « On a bien mangé ! »

Quant au verbe « faire », jetez-le par-dessus les moulins, une bonne fois pour toutes, car à compter de ce jour, vous ne ferez plus rien : ni l'Italie, ni le Japon, ni la Pennsylvanie... C'est FI-NI !

Soigner son style

Aristote nous enjoint de choisir les bons mots, car ils incarnent la qualité, l'élégance et le panache du style. Apprendre à les utiliser est l'habileté des charismatiques qui savent trouver la bonne formule au bon moment pour la bonne personne. Ils ont l'art d'utiliser le canal idoine et d'adapter le registre de langue à celui de leur auditoire.

Le style, c'est votre ADN, votre empreinte, vous pourrez en changer et vous serez d'autant plus charismatique que vous vous adresserez à votre auditoire en alignant les mots avec maestria, en les faisant virevolter avec génie.

Le style est une musique à rythmer *piano*, *adagio* ou *allegretto* en utilisant certaines figures de style : temps fort de la rhétorique. Aristote précisait à cet effet : « Il ne suffit pas d'être en possession des arguments à produire, il est encore

nécessaire de les présenter comme il faut et cela contribue pour beaucoup à ce que le discours paraisse avoir tel ou tel caractère[5]. »

Flirter avec les figures de style

Donnez de la puissance à vos interventions orales. Suivez les conseils du célèbre James C. Humes, qui a travaillé à la Maison-Blanche, rédigé les discours de cinq présidents américains et écrit de nombreux livres dont *Speak like Churchill stand like Lincoln : 21 powerful secrets of history's greatest speakers*[6], dans lequel il dévoile les secrets des grands orateurs.

Il suggère d'utiliser quelques figures de style en s'aidant de l'acronyme CREAAM :

- **C**ontraste : « Il n'y a qu'une réponse à la défaite et c'est la victoire. »
- **R**ime : « D'aller là-bas, vivre ensemble, au pays qui te ressemble. »
- **E**cho : « Ne vous demandez pas ce que votre pays peut faire pour vous, mais plutôt ce que vous pouvez faire pour votre pays. »
- **A**llégorie : « Le temps mange la vie. » (Baudelaire)
- **A**llitération : « Quand les urnes auront parlé, il faudra se soumettre ou se démettre. »
- **M**étaphore : « De Stettin dans la Baltique à Trieste dans l'Adriatique, un rideau de fer est descendu sur le continent de l'Europe. »

5. Aristote, *Rhétorique*, Livre III, Les Belles Lettres, 1973.
6. James C. Humes, *Speak like Churchill stand like Lincoln : 21 powerful secrets of history's greatest speakers*, Three Rivers Press, 2002.

Badiner avec l'analogie

L'analogie est définitivement un procédé rhétorique d'argumentation, qui facilite la compréhension d'idées abstraites en les rendant accessibles parce que reliées à un monde tangible par le biais des ressemblances.

L'analogie, appelée « similitude » par Aristote, permet de rebondir avec une facilité incroyable sur une autre idée. Penser par analogie consiste à remarquer une ressemblance de forme entre deux éléments qui n'ont rien à voir entre eux.

Nous pouvons identifier trois sortes d'analogies :

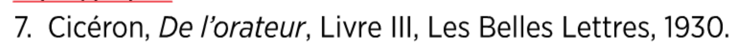
- les explicites, nommées comparaisons, qui facilitent l'improvisation en utilisant des « comme », « tel », « paraître », « ressembler » ;
- les implicites, nommées métaphores, qui se fichent du comparé et « expriment avec relief toute idée, qu'il s'agisse d'un fait ou d'une intention[7] » ; « La métaphore, mieux que les autres figures, rampe, si j'ose ainsi parler, jusque dans les cœurs[8] » ;
- la personnification, qui est une analogie comparant l'objet ou l'animal à quelque chose d'humain.

Exemples d'analogies



Les branchies sont au poisson ce que les poumons sont à l'être humain.

La main est au gant ce que le pied est à la chaussette.



7. Cicéron, *De l'orateur*, Livre III, Les Belles Lettres, 1930.
8. Cicéron, *Tusculanes*, Tome II, Les Belles Lettres, 1931.

« Tu ressembles parfois à ces beaux horizons qu'allument les soleils des brumeuses saisons » (Baudelaire, « Ciel brouillé »).

« Le violon frémit comme un cœur qu'on afflige » (Baudelaire).

EXERCICE

Caractérisez les différents styles d'analogies

Parmi la liste des analogies ci-dessous exprimées veuillez noter d'une croix selon qu'elles vous apparaissent comme explicites (E) ou implicites (I) :

	E	I
« Aubignane est comme un petit nid de guêpes. » (Giono)		
« Mettez un tigre dans votre moteur ! »		
« La silice est au silicium ce que le dioxide de carbone est au carbone. »		
« Ces flots, ces vents… mes premiers maîtres. » (Chateaubriand)		
« Je vis cette faucheuse. Elle était dans son champ. Elle allait à grands pas moissonnant et fauchant, Noir squelette laissant passer le crépuscule. » (Hugo)		
« Richard Cœur de Lion. »		
« Le discours de Marcel est un monument d'inepties et de crétineries. »		

Réponses :

1/E ; 2/I ; 3/I ; 4/I ; 5/I ; 6/I ; 7/E.

Courtiser les anaphores

« Le courage c'est de ne pas se rebuter…, le courage, c'est d'accepter, le courage c'est de devenir… » Ce texte de juillet 1903 adressé aux lycéens d'Albi par Jean Jaurès utilise l'anaphore, mesure amplificatrice employée par les hommes politiques comme François Hollande en 2012, avec le « Moi président… ». Cette figure de style, par le biais du *bis repetita placent* apportera rythme et musicalité à votre discours et plaira à vos auditeurs. Quinze fois la même anaphore répétée et scandée, contre 27 fois pour Sarkozy… C'est de bonne guerre. Pourquoi s'en priver puisque ça marche !

Marivauder avec l'interrogation rhétorique

Vous vous risquerez à cette tournure[9] qui prend l'allure d'une interrogation qui n'attend pas de réponse, un peu comme une forme d'affirmation déguisée. Cette figure de style interpellera votre auditoire et suscitera :

- confiance,
- curiosité,
- orgueil.

Reprenons quelques interrogations rhétoriques des *Catilinaires*, Cicéron, 63 avant J.-C.

- « Jusques à quand abuseras-tu de notre patience, Catilina ? »
- « Combien de temps encore serons-nous ainsi le jouet de ta fureur ? »
- « Où s'arrêteront les emportements de cette audace effrénée ? »

9. Constantin Salavastru, « La force des paroles passionnelles de Cicéron : l'exemple des *Catilinaires* », *Cahiers de psychologie politique*, 25 juillet 2014.

Ces interrogations rhétoriques provoquent de grandes émotions telles :

- l'indignation,
- l'intolérance,
- la fermeté,
- la colère,
- le dégoût.

Exemple

« Quel charme, Catilina, peut désormais avoir pour toi le séjour d'une ville dans laquelle, à l'exception de ces hommes perdus entrés dans ta conjuration, il n'est personne qui ne te craigne, personne qui ne te haïsse ? Est-il un opprobre domestique qui n'ait laissé à ton front sa flétrissure ? Est-il un genre d'infamie dont la honte ne s'attache à ta vie privée ? Quelle impureté, quel forfait, quelle turpitude n'ont pas souillé tes yeux, tes mains, toute ta personne ? Quel est l'adolescent, enchaîné par tes séductions corruptrices, dont tu n'aies armé le bras pour le crime, ou servi les débauches ? » (*Catilinaire* I, VI).

Pimenter ses propos

Décoincez-vous, virevoltez, étonnez, surprenez, détonnez et laissez au placard votre langage châtié, conforme, ampoulé, anesthésié, rapprochez-vous de ceux à qui vous parlez, et songez que les mots sont des ponts jetés vers l'autre qui prendront vie à mi-chemin entre la sympathie et l'empathie.

Si vous parlez à une assemblée de jeunes adolescents, vous éviterez le langage trop soutenu. Si vous vous adressez à des hommes en habit vert, meilleur temps de fuir le langage familier. À moins que vous ne vouliez utiliser un biais qui dérange, bouscule, déménage, celui de l'argot par exemple !



À LIRE

Tout l'argot des banlieues, le dictionnaire de la zone en 2 600 définitions, compilé par l'auteur du site éponyme, Abdelkarim Tengour, octobre 2013, recense, explique et illustre tous les codes et les arcanes du langage argotique.

Vous y apprendrez, entre autres, ce qu'est un « bolos ».

EXERCICE

« Parlez meilleur ! »

Convertissez ces mots argotiques en langage courant :

Langage argotique	Langage courant
Badigoinces	
Barré	
Calèche	
Se croûter	
Esgourde	
Jaja	
Nougat	
Merlan	

Réponses :

Lèvres, fou, prison, se blesser, oreille, vin, pied, coiffeur.

Enrichissez votre vocabulaire, repaissez-vous de notre si belle langue française, sans la dévoyer de mots improbables, de tournures alambiquées.

Vous vous amuserez à pointer toutes les fautes de français, les erreurs de langage, les vulgarités aussi. Alors à vos marques pour éradiquer les mots barbares, équivoques, polysémiques, flous, édulcorants et négatifs.

Positiver !

Vous fuirez la forme négative pour la bonne raison que votre cerveau ne traite pas le négatif et les « ne pas ». Notre culture marque l'empreinte de ses maux, dont l'un des principaux est le catastrophisme. Fuyez la morosité ambiante et dessinez-vous des matins qui chantent.

EXERCICE

Gagnez au change !

Et si vous vous constituiez une cagnotte en versant 1 € chaque fois que vous parlerez négativement ou que vous utilisez des adverbes ou adjectifs réducteurs, comme « petit », « assez », « un peu » ? Top départ.

En prêtant attention aux mots des autres et aux vôtres, vous serez effaré de votre prisme négatif. Alors le moment est venu d'accentuer votre vigilance et de chausser vos lunettes roses !

EXERCICE

Positivez à tout crin

Tournez les phrases suivantes de façon qu'elles soient positives :

« C'est vrai que je ne suis pas un voleur. »

« C'est vrai que je ne suis pas un affectif. »

« Je n'ai pas besoin de m'éparpiller en permanence. »

Vous utiliserez les bons mots en prenant garde aux connotations péremptoires, arrogantes, passives, manipulatoires, généralistes.

Zappez	Dites
Vous avez mal compris	Je me suis mal exprimé, je veux dire
Je ne suis pas d'accord avec vous	Je ne partage pas votre opinion
Obstacles, difficultés, problèmes	Remarques, éclaircissements
Ne vous inquiétez pas	Comptez sur nous, soyez rassuré
Le passé	Le présent et le futur
Le « on »	Le « je », le « vous » ou le « nous »
Les mots polysémiques : contacter	Téléphoner, ou écrire, ou envoyer un mail
Je m'excuse de vous déranger	Voici la raison de mon appel
Les termes vagues : rapidement, sans doute, peut-être, un petit, un peu, assez	Des termes concrets, précis
Ne voudriez-vous pas faire telle chose ?	Pouvez-vous m'indiquer si vous… ?

Cochez la case du registre auquel appartient chaque mot.

Les mots	Registre courant	Registre familier	Registre soutenu
Un ami	X		
Un pote			
Une connaissance			
Mon époux			
Mon mari			
Ma moitié			
Ma maison			
Ma résidence			
Mon « chez-moi »			

Se connecter à l'auditoire

Vous entrerez en résonance avec votre auditoire et faciliterez l'interaction à travers une démarche relationnelle constructive. Vous profilerez psychologiquement vos interlocuteurs pour mieux rentrer en syntonie avec eux. Vous ciblerez votre audience pour mieux anticiper et angler votre intervention, votre discours.



Préparez-vous !

Ce sera le meilleur moyen d'assurer, d'ajuster vos interventions et présentations à votre auditoire et d'angler votre sujet.

Check-list	
Questions à se poser	**Réponses**
Qui sont les auditeurs et quel est leur intérêt pour mon sujet ?	
Quel est leur degré de connaissance sur le sujet que je vais aborder ?	
Qu'ont-ils besoin ou envie de savoir ?	
Quelles sont leurs attentes ?	
Que savent-ils de moi, qu'ont-ils besoin de connaître sur moi ?	
Quelle est leur opinion sur moi ?	
Viennent-ils de leur plein gré ou contre leur gré ?	
Seront-ils réceptifs, hostiles, sensibilisés, braqués ou accueillants et joyeux ?	
Comment vais-je pouvoir capturer leur attention ?	

Au-delà de ces éléments techniques préparatoires vous déploierez :

- vos antennes, celles de l'intuition et de l'intelligence émotionnelle ;
- votre empathie pour être en prise avec l'autre ;
- votre écoute à tympan total (souvenez-vous : l'écoute des mots derrière les mots).

Si la personne vous est étrangère, écoutez-la et détectez les informations qu'elle vous livre puis entraînez-vous à parler le même langage.

Reprenez ses tournures de phrases, captez ses mots, pour mieux vous fondre à son univers, et la mettre en confiance.



BON À SAVOIR

Un article du site Atlantico révèle une étude réalisée par l'école de management du MIT qui explique que l'utilisation des mots « yeah », « donner » (« *give* »), « commencer » (« *start* ») et « rencontre » (« *meeting* ») améliore la capacité de persuasion d'un individu. Qu'est-ce qui, dans ces mots, produit un tel effet ?

Nous pourrions répondre en disant : le partage, l'ouverture et le passage à l'action.

Embrasser le registre de l'humour

Vous soignerez vos effets comme Winston Churchill, « le Vieux Lion », qui passa maître dans l'art de convaincre tant il était combatif et déterminé. Il exerça une fascination extrême par son charisme et par son humour décapant :

Lady Astor — Monsieur Churchill, si j'étais votre femme, je verserais du poison dans votre café…

Churchill — Et moi madame, si j'étais votre mari, je le boirais !

Arme de séduction massive, elle est utilisée par Steve Jobs pour rallier l'auditoire à sa cause. Il s'en est servi le 5 janvier 1984 lorsqu'il présenta le Macintosh au public, et qu'il décida de faire parler la machine en scénarisant à l'extrême la bécane sur la musique des *Chariots de feu*, c'est alors qu'il suscita l'étonnement et l'amusement général.

Richard Branson, autre figure charismatique, s'en sert également pour éviter l'inconfort et la gêne provoqués par la prise de parole. Il se met en scène de façon inattendue et originale. Il travaille sérieusement sans se prendre au sérieux. Il crée la surprise avec humour. Attention à ne pas virer dans le sarcastique, le caustique, le cynisme ou le 55e degré absolument imbitable. Si l'humour relève le plat, s'il est la plupart du temps bienvenu, n'oublions pas qu'il n'a rien d'universel, et que la finesse doit être de mise pour éviter les bourdes et les gaffes.

Plébisciter le registre de la connivence

Instaurez une complicité avec votre public grâce à un langage de proximité, de simplicité, sans vous adonner à la familiarité, ni même à la vulgarité, encore moins au populisme. Vous y ajouterez quelques regards appuyés et soutenus, sans en faire trop, de façon à créer un effet télépathique, Wi-Fi ou Bluetooth, c'est plus dans l'air du temps. Vous verrez, c'est magique.

L'art de la relation se nourrit de votre capacité à surprendre, à donner, à construire avec votre public.

Vous créerez un fil invisible, un lien avec l'auditoire, et pour cela vous utiliserez des phrases comme :

- « Comme vous l'avez très bien compris » ;
- « Ainsi que vous l'avez formulé » ;
- « Entre nous pas de mystère » ;
- « Comme vous le dites » ;
- « Je partage tout à fait votre avis sur… »

Expérimenter le registre de la fascination

Utilisez tous les piliers de la fascination, que ce soit la passion, le pouvoir, le prestige, mais aussi l'alerte, la rébellion et la confiance. Les belles histoires fascinent, les contes de fées fascinent, la peur fascine, à vous de construire une intervention en jouant sur l'un de ces leviers, à vous de faire vivre pleinement ce que vous communiquerez en interloquant. C'est ce que fit Steve Jobs lorsque, à l'aube de sa mort, il livra ces propos si personnels et inattendus : « Dans l'obscurité, quand je regarde les feux verts de l'équipement de la respiration artificielle et que j'entends le bourdonnement de ces sons mécaniques, je peux sentir le souffle de la proximité de la mort qui m'attend. »

Opter pour le registre du suspense

Parsemez votre discours de questions, créez le suspense, laissez supposer des issues compliquées et erratiques, afin de vous poser en apporteur de solutions. Vous utiliserez le « Comment faire ? » pour laisser croire à une situation sans issue et inextricable que vous êtes le seul à pouvoir résoudre. C'est une aporie, c'est-à-dire, selon le Larousse, une « contradiction insoluble qui apparaît dans un raisonnement ». L'aporie plonge l'auditeur dans le doute pour l'obliger à trancher. Il s'agit d'une figure de style qu'utilisait Steve Jobs quand il présentait le nouvel iPhone et qu'il disait : « Utiliser un stylet… Qui veut se servir d'un stylet ? » Il critique les claviers pour apporter sa solution : « Nous allons vous débarrasser de ces boutons. » En fait, il s'agit de plonger l'auditeur dans un doute et de l'obliger à trancher en provoquant chez lui un certain embarras.

Tester le registre de la simplicité

« La simplicité est la sophistication suprême », disait Léonard de Vinci. Ainsi, vous vous présenterez aux autres de façon simple, tel que vous êtes, c'est ce qu'Aristote appelait l'ethos, le statut d'une personne digne de confiance. Steve Jobs a un abord des plus simples, il ressemble à monsieur Tout-le-monde, *the guy next door*, dans son éternel jean délavé et pull à col roulé. Nous sommes loin du bling bling de certains personnages. Attention ! C'est plus subtil que la « normalitude ».



BON À SAVOIR

Devinette : Quel est le plus aimé des héros de l'*Iliade* et l'*Odyssée ?*

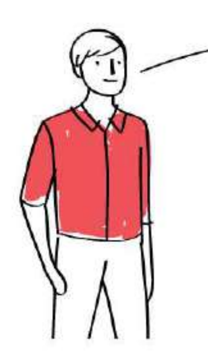
- Ulysse le plus intelligent
- Ajax le plus fort
- Agamemnon le plus titré
- Achille le plus faible

Réponse : Achille est le chéri des dieux, on lui permet tout et Homère le définit lui-même comme le meilleur. Il est celui qui sait afficher son humanité quand il faut, qui pleure la mort de Patrocle et dont le talon est légendaire pour sa fragilité.

Enchanter avec le chiffre magique

Le chiffre 3 est à cet effet un chiffre magique, il apportera du rythme à votre langage, c'est ce que confirme Roy Peter Clark : « L'euphorie du 3 a plus de sens que la complétude

du 3 ou plus… La magie englobante du chiffre 3 donne un sentiment d'ensemble[10]. »





Énumérez en trois temps

Amusez-vous à continuer la liste ci-dessous :

- « Le père, le fils et le Saint-Esprit »
- « Black, blanc, beur »
- « Le bon, la brute et le truand »
- « *Veni, vidi, vici* »
- « Liberté, égalité, fraternité »

C'est à vous :

- ……………………………………………
- ……………………………………………
- ……………………………………………

10. Roy Peter Clark, *Writing tools. 50 essential strategies for every writer*, WordPress.com, 2008.

ET POURQUOI CHANGER

De toutes les façons…

… ça n'a jamais été votre truc d'être un beau parleur

Et puis vous restez persuadé que tout cela, c'est du bla-bla ou de la poudre aux yeux, comme vous voulez. Et d'ailleurs vous avez remarqué que ce sont ceux qui en disent le plus qui en font le moins. Alors vous préférez nettement vous mettre en sourdine et agir, voilà ça n'est pas plus compliqué que cela. Vous en avez vu des collègues se faire mousser et prendre la parole en réunion à coup de grandes envolées lyriques, et puis se faire rétamer au premier projet. Ce qui compte avant tout ce sont les actes. Vous n'appartenez pas à la famille des histrioniques, ni à celle des narcissiques qui aiment se mettre en avant avec des mots creux.

… votre entourage ne comprendrait pas

Pour la simple et bonne raison qu'il vous a catalogué comme introverti et que si tout d'un coup vous teniez le crachoir et vous donniez le premier rôle, personne ne comprendrait plus rien. Tout le monde penserait que vous avez attrapé le melon, que vous vous la pétez ou que vous êtes terriblement ambitieux. La lumière n'est pas faite pour vous, vous préférez nettement les seconds rôles.

… vous n'aimez pas manier le verbe

En plus vous avez toujours été nul en français. Vous préférez écrire et vous ne comprenez pas pourquoi votre N+1 vous pousse systématiquement à intervenir quand vous êtes en

réunion. Chaque fois, cela se solde par un fiasco. Votre style est plutôt simple et vous faites un complexe évident surtout quand vous écoutez le grand directeur pontifier derrière son pupitre lors des grands-messes annuelles. Mais chacun sa place et chacun son rôle.

... vous avez un effet soporifique sur vos auditeurs

Vous avez le charisme d'une huître un point, c'est tout. Normal que l'assemblée pique du nez, compte les diapositives de vos présentations et regarde subrepticement l'heure avec des grands soupirs d'exaspération sourde… Vous avez conscience du désintérêt que vous suscitez, en alignant les phrases comme une potion insipide et indigeste. La prose, c'est pas votre tasse de café.

UNE QUESTION DE POINT DE VUE

Vous pouvez y arriver à condition de vous en donner les moyens

Vous aurez plusieurs façons de vous y atteler, soit en :

- *utilisant la méthode des petits pas (Kaizen) ;*
- *choisissant un mentor pour vous guider ;*
- *suivant des cours de théâtre ;*
- *regardant des talk-shows télévisés ;*
- *vous inscrivant à une association of speakers, à Toastmasters International, ou Powertalk International.*

Quoi que vous décidiez, vous vous exercerez à bien dire les choses, à rendre vos mots vivants, à capter l'attention, à traduire vos émotions en 3D, à révéler votre réalité, vos envies, à tisser des liens avec les autres pour :

- atteindre les sommets de l'art oratoire qui ouvrent grand les portes du succès ;
- donner du poids à vos mots, du peps à vos idées, de l'impact à vos propos ;
- échapper à la triste réalité du « wesh wesh », de ceux qui alignent les mots en jargonnant et en n'utilisant que les verbes « être », « faire » et « avoir » ;
- découvrir la richesse de la langue française et rejoindre le clan des cultivés.

Toujours pas convaincu ?

ESSAYEZ QUAND MÊME

Apprendre à raconter une histoire

Faire vivre une expérience en live à ses auditeurs

Parlez de vos expériences, les bonnes, les mauvaises, les grandes, les petites, évoquez vos erreurs, vos réussites. En vous mettant à nu, vous permettrez à chacun de s'identifier à vous.

Exemple

« Hier, j'avais rendez-vous au polo club avec l'ambassadeur d'Argentine, nous nous sommes entretenus tout au long

du déjeuner sur l'influence de la culture sud-américaine en Europe. C'est un homme élégant et cultivé, nous sommes tombés d'accord pour dire que l'incarnation même du pays s'écrivait en deux mots : tango et polo. »

« Hier, je me suis régalée d'un moment délicieux avec un homme ô combien cultivé qui m'a séduite au premier regard : l'ambassadeur d'Argentine. Un bel hidalgo aux yeux de braises, visage buriné, qui pendant tout le déjeuner m'a plongée au cœur de la culture sud-américaine. Il m'a parlé tango, il m'a parlé polo, c'est comme s'il me transfusait le sang qui coule dans ses veines, mon cœur chavirait, que dis-je, chaloupait ! Je m'imaginais mettre mes pas dans ses pas, et sentir son souffle si près du mien, j'étais troublée…».

Quelle version préférez-vous ?

Et qu'attendez-vous pour faire vibrer avec une parole vivante, humaine qui se joue du dialogue intérieur, des pensées, des monologues et des interpellations. La narration n'en sera que plus vivante.



Donnez à vos interlocuteurs du « Il était une fois ». Racontez des histoires en les étayant de contes puissamment ancrés dans l'inconscient collectif comme les contes de Perrault ou d'Andersen (du Petit Poucet à La Belle au bois dormant, en passant par Cendrillon). Vous positionnerez vos auditeurs comme les parents avec leurs enfants quand ils leur racontent des histoires.

User des méthodes du *storytelling*

Vous vous initierez au *storytelling* ou communication narrative : l'art de faire passer vos messages en racontant des histoires qui, par le biais des émotions, envoient un signal fort et s'ancrent dans la mémoire de vos interlocuteurs. Rien à voir avec des sornettes, des carabistouilles ou de gros bobards, mais une méthodologie et un savoir-faire très précis. À l'instar des plus grandes marques, vous appliquerez cette technique pour mieux vendre vos idées ou vos produits. Roger C. Schank, chercheur en sciences et en intelligence artificielle, nous dit : « Les êtres humains ne sont pas faits pour comprendre la logique mais les histoires[11]. » Plongez vos phrases empoussiérées dans un bain de jouvence et déridez-les avec la crème des métaphores, celles qui swinguent et renaissent. Avec le *storytelling*, vous offrirez à vos auditeurs une aventure qui ébouriffe leur quotidien et fait écho en eux par le biais des émotions.

Dans le *storytelling*, vous ferez vivre une aventure à votre auditeur. Si vous prenez la marque Moleskine, elle joint, à chacun de ses petits carnets noirs au fameux élastique, un feuillet narrant l'histoire de l'entreprise, cela pour pousser le consommateur à s'identifier à ce produit légendaire et traditionnel utilisé par des artistes et des intellectuels tels que Van Gogh, Pablo Picasso et Ernest Hemingway. Quant à Louis Vuitton, il raconte la fabuleuse histoire du maroquinier-malletier qui s'est distingué par l'excellence de son savoir-faire.

11. Roger C. Schank, *Tell me a story : narrative and intelligence*, Northwestern University Press, 1995.

À LIRE

Pour en savoir plus sur les méthodes du *storytelling*, je vous recommande :

- Philippe Payen, *Comprendre et exploiter le storytelling*, StudyramaPro, 2016.
- François Meuleman, *Storytelling : on va tout vous raconter*, Édipro, 2009.
- Yaël Gabison, *Boostez vos présentations avec le storytelling*, Eyrolles, 2012.

Scénariser un monde moral avec « des bons et des méchants »

Les gentils et les vilains, les angéliques et les diaboliques, un monde dichotomique ou un dualisme polémique qui dresse les uns contre les autres en convoquant là encore le pathos. Si vous êtes un défenseur du bio, fustigez les fabricants de pesticides qui empoisonnent l'air que respirent vos enfants et transformez en héros ceux qui guerroient contre ces ennemis-là. Si vous faites la promotion d'un produit censé révolutionner votre quotidien en le simplifiant, vous pointerez du doigt ceux qui ont l'art de vous compliquer l'existence et les reléguerez au rang de vieilles badernes décalées.

Brouiller les pistes et inventer des trucs qui clochent !

Les gens heureux n'ont pas d'histoire ! Or vous racontez une histoire, n'est-ce pas ? Donc pas question de faire dans la guimauve, vous inventerez des conflits, de subtiles tracasseries, des contrariétés inopinées et de subites déconvenues,

car si tout se passe comme dans la famille Ricoré, vous n'emballerez personne. Arrangez-vous pour que ça coince un peu… que ça déraille de temps en temps.

Détricoter, tournebouler et retourner les situations

Déroutez, induisez en erreur, prenez l'autre au piège de ses émotions avec ce qui s'appelle en argot le *mindfucking.* Vous pratiquerez l'art des retournements de situation qui prennent le cerveau au dépourvu en lui proposant quelque chose d'inopiné allant à l'encontre de ce qu'il avait échafaudé. C'est le meilleur moyen de prendre le lecteur ou l'auditeur à rebours et de trahir les défenses qu'il aura préalablement élaborées. Pour vous en persuader, filez au cinéma voir *Inception*[12] ou *Sixième Sens*[13], des scénarios où vous ne pourrez déduire ce qui va arriver. La chute est si imprévisible que vous êtes pétrifié au point de devenir accroc à ce style.

Impliquer son auditoire

Abracadabra… transfigurer ses auditeurs en héros

Vous aimez les héros, donc votre histoire à vous aura forcément un héros. Créez-le et donnez-lui une mission à accomplir, un challenge à relever ou un conflit à résoudre. Et de passions en palpitations vous aurez le pouvoir magique de métamorphoser votre public en cow-boys de rodéos ou en Bédouins de fantasia. La projection et l'identification opéreront comme par enchantement. Effet garanti ! Il ne

12. Réalisé par Christopher Nolan en 2010.
13. Réalisé par Night Shyamalan en 1999.

tient qu'à vous, à vos mots, à la magie de votre histoire pour que votre auditoire chevauche d'autres idées et embrasse des horizons plus inspirants.

Testez ces quelques ficelles et devenez un conteur hors pair. Empruntez aux marques leurs astuces : donnez vie à un « Monsieur Propre » et votre public lavera plus blanc que blanc, faites naître un mâcheur de chewing-gum à Hollywood et il séduira la planète entière, proposez-lui d'un clic l'accès à toutes les maisons à louer (Airbnb) et il se prendra pour Cadet Rousselle.

Jouer à Hercule Poirot ou miss Marple

Profilez vos cibles et identifiez leurs projections les plus intimes en vous demandant ce qu'elles attendent, comment elles souhaitent être considérées, quels rôles elles comptent jouer, à quelle mise en valeur elles prétendent, quel héros elles veulent incarner justement.

En découvrant leurs secrets desseins, vous leur donnerez le beau rôle et les considérerez là encore comme des héros accomplissant leur mission. Si vous voulez lever des fonds pour une ONG ou du « charity business », transformez les donateurs en bienfaiteurs de l'humanité en leur permettant de visualiser un avant/après juste incroyable : « En donnant je deviens un personnage puissant, celui par qui tout peut arriver. » Vous le métamorphoserez d'autant mieux que vous aurez perçu son idéal, ses valeurs, ses failles narcissiques.

Mettre son auditoire dans la confidence

Mettez votre auditoire dans le secret des dieux et surtout dans le vôtre. Vous prendrez votre public à témoin pour critiquer, et vous vous en ferez un allié à condition d'adoucir

votre propos par une formule édulcorante du type : « Je suis presque certain », ou « Je pense… ». Ouhhhh ! C'est pas très beau, mais ça marche mieux que le « gossip » ou que la médisance pure et dure, car beaucoup plus subtil.

C'est ainsi que vous vendrez un avis négatif sur quelqu'un : « C'est une opinion qui me vaudra sûrement des critiques de la part de ma famille politique, mais je pense que les fanfaronnades de notre cher président sont totalement déplacées. »

La confidence marche aussi très bien avec la sincérité sur un défaut que l'on possède : « Je vais vous livrer une information, un scoop ou une confidence, (au choix) de tout premier ordre : je ne suis pas très branché digital… »

Hisser haut ses auditeurs

Valorisez-les et donnez-leur à penser que :

- vous les respectez ;
- vous les reconnaissez ;
- vous leur donnez du pouvoir ;
- vous les traitez d'égal à égal ;
- vous vous comporterez avec eux comme un *mensch* avec bienveillance, en utilisant des formules pleines d'égards, de pédagogie, vous vous mettrez à leur portée sans leur faire sentir qu'ils ne sont pas à la hauteur ou un peu justes sur certaines connaissances : « Le saviez-vous ? », « Je vais vous expliquer pas à pas. »



Jouez-vous des paraboles

Ce « genre littéraire en usage dans le judaïsme proche-oriental consiste en une comparaison développée dans un récit conventionnel dont les éléments sont empruntés à la vie quotidienne et permet de concrétiser un aspect de la doctrine » (Larousse).

Elles illustrent et augmentent le poids de vos propos. (*Cf*. la parabole du fils prodigue, Évangile selon Luc 15:11-32 du Nouveau Testament.) Grâce aux paraboles, vous marquerez les esprits et convaincrez plus qu'avec les « yaka » et les « faut qu'on ».

Convoquer l'avocat du diable

Musclez votre esprit de contradiction et utilisez la ficelle « anti-rejet » qui consiste à devancer les objections de vos détracteurs en disant :

« Certains d'entre vous me diront… »

« D'autres m'opposeront… »

« Vous allez me rétorquer… »

« Bien sûr, vous vous direz sûrement que… »

« Vous avez le droit de penser… »

En répondant à chacune de ces objections fictives, vous renforcerez votre argumentation, anéantirez les jeux psychologiques du style « Oui mais… » et vous vous vaccinerez contre les *a priori*, les critiques, les préjugés, et les craintes de votre auditoire. Accompagnez votre discours d'un naturel confiant et déterminé. Votre narration se vocalisera sur le ton de la confiance, de l'autorité de celui qui est convaincu et qui se met dans le principe de souveraineté ou « la compétence de la compétence ». Vous ne vous en sentirez que plus serein et sûr de vous.

QUE RETENIR DE TOUT CELA ?

- Vous construirez l'excellence expressive avec la rhétorique et le style. Vous ne jetterez plus vos idées au petit bonheur la chance en priant pour que votre auditoire en gobe une ou deux dans ce galimatias.
- Vous mettrez de l'ordre dans la carrée et orchestrerez vos propos pour mieux vous faire comprendre.
- Vous respecterez certaines règles pour donner du poids et du rythme à vos mots sous peine de ne jamais parvenir à convaincre quiconque.
- Les bons rhéteurs convoquent, dans leurs allocutions ou exhortations, raison et passion, faits et sentiments pour étayer leur argumentaire.
- Le meilleur moyen d'emmener et d'inspirer vos auditeurs, c'est de les prendre sur vos genoux (Je-Nous) et de leur raconter une histoire avec des « Il était une fois » et tout le cortège des sortilèges qui va avec.
- Pour étonner, vous ferez virevolter vos idées, vos mots avec maestria. Encore faut-il que vous vous en remettiez à Cicéron ou Aristote : maîtres absolus de la harangue.

CHAPITRE 5

INCARNEZ VOTRE VERBE EN 3D

Après avoir lu ce chapitre, vous réaliserez que le charisme n'est pas seulement un état d'esprit, ni la capacité à distiller une parole. Plus que cela, c'est un investissement total et absolu qui interconnecte votre voix et tous vos mouvements. Vous toucherez du doigt la complexité de la dynamique de communication et la subtile répartition des paramètres en 3D (verbaux, paraverbaux et non verbaux), le prix à payer pour envoûter votre auditoire.

« Élever la voix ne donne pas raison. »

Proverbe chinois

Le type qui venait de prendre la parole était une tronche, comme on dit pour expliquer qu'il avait une tête bien faite et tout ce qu'il fallait comme neurones à l'intérieur ! Bref, quelqu'un d'éminemment crédible et reconnu dans sa profession de neuroscientifique. À l'instant où ce docteur au physique de jeune premier et à la stature imposante prend la parole, toutes les têtes se tournent vers lui. Il commença à s'exprimer avec un sourire avenant, le micro planté dans sa main gauche, et oh ! surprise, de ce grand corps solide sort une toute petite voix fluette et désincarnée. Le décalage entre ce qu'inspirent sa stature et sa corpulence et ce que dit sa voix est si grand que l'assemblée s'en trouve stupéfaite et qu'un malaise se fait sentir. Aux applaudissements de bienvenue succèdent effroi et stupéfaction, puis l'assemblée se remet à babiller comme si de rien n'était, et notre orateur n'intéresse plus personne. Le propos est pourtant clair et intelligible, le ton posé, mais cette voix de fausset gâche tout et ne réussit à aucun moment à accrocher le public. Les paramètres auditifs de son timbre ne s'accordent ni à la situation, ni au personnage et sont aussi décalés qu'incongrus. Cette voix de crécelle si haut perchée est assommante à tout point de vue, et renvoie immanquablement à l'image d'une insupportable péronnelle plutôt qu'à celle d'une personnalité référente ou d'un mandarin.



LES CLÉS POUR CHANGER

Égrener des chapelets de mots ciselés, choisir ses idées, travailler son argumentaire, c'est déjà formidable, mais il vous faudra peaufiner le tout en rajoutant quelques éléments. Chaque phrase devra s'animer, s'incarner et se répondre en écho avec des gestes, une posture, une façon de s'approprier l'espace. L'art oratoire est une habileté où le corps doit à la fois se discipliner et s'exprimer, se tenir en haleine et faire jaillir l'énergie tout en restant congruent.



LE SAVIEZ-VOUS ?

La règle des 55 — 38 — 7

Albert Mehrabian, professeur au département de psychologie de l'université UCLA en Californie, a établi que 55 % du capital sympathie provenant d'un orateur vient de son non-verbal, 38 % de sa voix et 7 % de ses paroles.



Se différencier à tout prix

Votre image est si importante que même en ne voulant rien communiquer, vous communiquez déjà. Les charismatiques sortent de l'ordinaire, aussi, pour laisser un souvenir impérissable à votre public, vous vous doterez d'une signature stylistique qui vous authentifiera instantanément. En vous singularisant, c'est votre empreinte et votre sceau que vous gravez à jamais dans les esprits.

Vous sortirez du lot grâce à cette spécificité que vous choisirez de mettre en avant. Vous inventerez un gimmick (« truc astucieux destiné à faire sensation », Larousse) : un effet vestimentaire comme un col de chemise différent, une coupe de veste étonnante, une allure très travaillée, une coiffure, un bijou, une barbe finement taillée, des lunettes, une écharpe, une pochette, des boutons de manchette, une coupe de cheveux particulière, à moins que ce ne soit un accent, une façon bien à vous de trousser vos phrases ou que sais-je…

Inspirez-vous de :

- Jean-Pierre Coffe et ses lunettes de toutes les couleurs ;
- Christophe Barbier et son écharpe rouge ;
- François Fillon et ses chaussettes rouges de chez Gammarelli ;
- Giscard et ses cols roulés ;
- Jacques Attali et ses cols Mao ;
- Inès de La Fressange et ses pantalons blancs ;
- Karl Lagerfeld et son catogan ;
- etc.

Sans vous transformer en Lady Gaga ou en Puff Daddy, vous vous trouverez un style ou quelques artifices qui vous différencient des autres.

Muscler ses zygomatiques

Votre charisme passe par le travail de votre non-verbal et plus particulièrement de votre sourire, c'est ce qui vous rendra charmant et attirant. Les chercheurs de l'Arkansas disent que c'est bon pour votre santé, et que vous vous immunisez contre les maladies cardio-vasculaires, alors pourquoi vous en priver ? Modélisez les Japonais qui sont passés maîtres dans l'art du sourire ou Marilyn Monroe et George Clooney en pensant que « celui qui ne sait pas sourire ne doit pas ouvrir commerce » (proverbe chinois) ou en vous persuadant que le sourire est :

- un outil communicationnel révolutionnaire ;
- un moyen de séduction extraordinaire ;
- un soin anti-âge efficace ;
- un activateur de bonne humeur !

Ce sourire sera le plus beau des cadeaux que vous offrirez à ceux que vous voulez conquérir, convaincre ou aimer. Il est une promesse de communication, une parade à tous blocages, toute raideur, un apport de douceur et de rayonnement, un « ravissement réciproque », un « sens directement en relation avec l'intimité de l'être[1] ».

Comment vous y retrouver dans le catalogue des sourires ? Sourire commercial, sourire convenu, ou vrai sourire ? Les

1. Christian de Bartillat, *Le Livre du sourire, sourire des dieux, sourire des hommes*, Albin Michel, 1998.

trois quarts sont faux ou étudiés. Les faux sourires se reconnaissent à l'indice suivant : la lèvre supérieure est immobile et les dents ne se découvrent pas.

Dans les vrais sourires, les sourcils se haussent et activent le muscle frontal dit « orbiculaire », celui qui fait plisser les yeux et fabrique les « pattes d'oies ». Dans un vrai sourire, vous dilatez vos pupilles et abaissez le muscle orbiculaire de votre paupière supérieure.

EXERCICE

Prenez-vous pour la Joconde et multipliez les selfies

L'objectif est de vous faire prendre conscience de la qualité de votre présence à l'autre.

Souvenez-vous que vous avez appris à sourire dans le regard de vos parents. Remémorez-vous les sourires que vous destiniez à votre mère.

Prenez des selfies de vous en train de sourire : un peu, beaucoup, passionnément et pas du tout. Est-ce facile, difficile pour vous ? Notez tous les degrés d'ouverture : subrepticement, timidement, spontanément, carrément. Lèvres pincées ou largement ouvertes... Yeux écarquillés ou plissés...

Offrez-vous des crises de sourires, et des cures de sourires.

Le sourire embellit et vous rend plus attractif, c'est ce que nous apprennent les chercheurs de l'université de Berne qui ont prouvé que les personnes choisies sur photos sont d'abord élues parce qu'elles sourient.

Le sourire rajeunit car il active toute une série de muscles faciaux. Un enfant sourit en moyenne 400 fois par jour contre 5 fois pour un adulte. Le sourire déclenche la même stimulation cérébrale que lorsque vous alimentez votre cerveau avec le sucre de 2 000 barres chocolatées.

Le sourire déstresse même s'il est forcé. Des psychologues de l'université du Kansas aux États-Unis ont démontré que se forcer à sourire en période de stress diminue le stress et fait baisser le rythme cardiaque.

Le sourire améliore votre santé, et là encore des chercheurs ont mis en relation la longévité et le sourire en étudiant plus de 200 clichés de joueurs de base-ball sur cinquante ans. Ils ont noté que les athlètes les plus souriants vivent plus longtemps que ceux qui expriment moins leurs émotions[2].

Se mettre d'aplomb : surveiller sa posture

« Les pieds sur terre », « la tête sur les épaules », « bien dans ses baskets », « droit dans ses bottes », « avoir des ailes », le compte y est pour incarner une stabilité physique, émotionnelle et psychique permettant une liberté et une agilité de l'esprit.

Votre posture est le reflet de l'estime que vous vous portez, elle est capitale car elle influence votre état d'esprit et celui des autres. Elle dit beaucoup de vous. Êtes-vous dominant, soumis, en retrait, assuré, hésitant ?

Si vous apparaissez relaxé et confiant, les personnes qui vous écoutent dupliqueront vos attitudes, ils se relaxeront et vous feront confiance.

2. *Cf.* www.aufeminin.com/news-societe/esperance-de-vie.tp19294.html

Découvrez la posture des leaders charismatiques, une façon d'être singulière, rassurante et respectueuse parce que déployée, ouverte, expansive, qui signifie : « Je me présente à vous sans crainte, je me sens solide, j'ai conscience de ma valeur et de ce que je viens vous apporter à travers mon expertise et mon vécu. Je vais considérer vos besoins et ensemble nous tisserons des liens. »

Si vous vous sentez impuissant, vous aurez tendance à vous rapetisser et à vouloir devenir lilliputien, à vous claquemurer dans vos craintes, à vous embastiller dans vos peurs, et là vous vous condamnez avant d'avoir prononcé le premier mot.

Amy Cuddy explique que vous avez le pouvoir magique de changer votre chance de succès en changeant votre posture. Elle part du principe que le langage corporel vous façonne. Alors « *Fake it to do it* ». Pour ceux qui n'auraient pas fait de nœud à leur mouchoir, vous retrouverez le propos dans le chapitre 1.

Pensez au fameux *lean back* (posture détendue, légèrement penchée en arrière) des Américains, attachez-vous à ne pas dodeliner de la tête, ce qui signifierait que vous doutez. Affichez votre sécurité intérieure en songeant que la confiance n'est donnée qu'à ceux ou celles qui ont confiance en eux-mêmes.

Attention à la posture de soumission toute en contraction, tête rentrée, épaules basses, buste courbé, pieds rentrés… Celle-ci semble nous dire, je me sens tout petit, je n'ose pas me déployer, j'ai peur de m'affirmer.

EXERCICE

« Miroir, mon beau miroir... »

Plantez-vous devant la glace en vous observant sans complaisance.

Que dit votre miroir ?

- droit ou voûté ?
- tendu ou délié ?
- ouvert ou fermé ?
- bien à plat ou mal assuré ?

Comment se positionne(nt)...

- ... votre tête ?
- ... votre colonne vertébrale ?
- ... vos épaules ?
- ... vos pieds ?
- ... votre bassin ?

Soyez impitoyable, décryptez-vous sans concessions : « Si j'étais un observateur extérieur, que penserais-je de ma posture et de ce qu'elle induit ? » Le langage corporel est influencé par vos états internes, et peut jouer sur vos états internes. C'est réciproque.

Faites vos gammes et posez-vous une ultime question : « Pour susciter confiance, décontraction, sérénité, que dois-je changer dans ma posture ? »

Inspirer confiance

Voilà qui n'est pas donné à tout le monde. Vous y parviendrez en commençant par prêter attention à votre posture. Vous vous tiendrez droit comme un I et sans rigidité, vous

regarderez vos interlocuteurs dans les yeux, penserez à serrer les mains d'une poignée ferme, adopterez une gestuelle ouverte tout en respirant profondément avec le ventre.

Gardez la posture tout en étant souple sur vos jambes, tête haute et épaules dégagées pour faciliter le passage de l'air dans vos poumons et fournir à vos cordes une belle prise d'air. Si vous vous recroquevillez en parlant, si vous rentrez vos épaules, si vous baissez votre tête, votre appareil respiratoire se bloquera, faute d'une bonne ventilation. Allez chercher l'air comme s'il était vital, comme un nageur de crawl qui reprend son bol d'oxygène dans une franche inspiration.

EXERCICE

Forgez-vous un mental d'acier en changeant de posture

Imaginez-vous en tenue décontractée puis observez votre façon de bouger et de vous approprier l'espace. Vous évoluez avec aisance, confort, naturel, sans vous accorder trop d'importance…

1. Songez à présent que vous revêtez une robe de grand couturier (un superbe smoking pour ne pas oublier les hommes !), que vous chaussez de divins souliers, que vous vous dessinez des yeux de biche (pas pour vous *guys* !) et vous parez des plus beaux bijoux (et ça non plus !). Vous êtes juste irrésistible. Quand vous franchirez la porte, que croyez-vous qu'il se passera ?
2. Vous apparaîtrez avec superbe : tête haute, menton relevé, regard aligné sur la ligne d'horizon. Plus rien ne compte pour vous, vous êtes en lévitation, magnifié(e),

…/…

…/…

avec le monde à vos pieds. Subrepticement vous avez bombé le torse, vous êtes même en train de plastronner et, si vous aviez des plumes, je crois que vous feriez la roue.

3. Notez l'importance que vous vous accordez et mémorisez votre posture et votre état d'esprit. Vous les dupliquerez et ferez comme si vous étiez au top en endossant virtuellement votre plus belle robe ou votre plus beau tuxedo, ceci chaque fois que vous vous sentirez en état d'infériorité. Songez au *power posing* ou « posture de pouvoir ». Faire « comme si » vous habitiez la posture du modèle charismatique fera de vous quelqu'un de charismatique. Peu importe le fond de votre discours, ce qui comptera d'abord, c'est votre comportement. Vous venez de mettre en place le « *Fake it to do it* », faites semblant pour y arriver car « il est possible de "faire semblant de faire"… jusqu'à ce qu'on maîtrise l'action » (Milton Erickson).

Retrouver son côté animal

Quand vous prenez la parole, sentez-vous comme un lion prêt à bondir sur une proie, ou comme un gourmet s'apprêtant à dévorer un chou à la crème…

Il y a là quelque chose d'animal et de sensuel qui doit mettre tous vos sens en émoi.

Joignez le geste à la parole et donnez le premier rôle à votre corps en l'autorisant à traduire une part de vous-même, vos états internes et ce qui vous anime. Vous n'en serez que plus proches de vos interlocuteurs.

« Baisse les yeux quand je te parle ! » Vous l'avez entendue, cette petite phrase assassine, et en enfant soumis vous ne vous avisiez pas de lever le museau, ni de croiser le regard de celui qui vous invectivait.

Alors, écoutez-moi bien, maintenant vous êtes grand, et si vous voulez cartonner à l'oral, faites fi de cet ordre stupide. Le regard est l'expression mutique de vos sentiments.

« Regardez dans les yeux ! » et dédiez votre regard le plus profond et le plus merveilleux à ceux qui se trouvent devant vous et vous écoutent, comme si vous étiez amoureux transi. Regard noir, de braise ou intense, jouez votre partition.

Face à votre public, inutile de parler dans le vague ou le nez au plafond, car vous ne capterez pas l'attention. Quel que soit le nombre de personnes à qui vous vous adressez, qu'il y en ait une ou 1 000, que vous soyez dans le confort ouaté d'un boudoir ou à Bercy, faites comme si vous étiez en conversation avec un ami que vous aimez bien, faites-lui sentir qu'il est unique.

Veillez à regarder au fond des pupilles sans outrecuidance ni concupiscence.

EXERCICE

Aiguisez votre magnétisme

Plantez-vous devant votre miroir et regardez-vous droit dans les yeux sans sourciller pendant au moins une minute. C'est long et c'est ce qui s'appelle soutenir un regard. Puis regardez-vous toujours en cherchant à sonder votre regard et à aller chercher quelque chose de plus intense…

Réveiller ses sens… et celui des autres

C'est le prix à payer pour partager et ressentir, communiquer en étant dans l'empathie et l'attention à l'autre.

EXERCICE

Batifolez pour mieux vous libérer

Choisissez une très belle journée estivale et précipitez-vous dans un champ. Allongez-vous sur le dos au beau milieu des herbes folles, les bras en croix, le nez pointé vers le ciel. Ne bougez plus et laissez venir à vous toutes les sensations. Avec ce pouvoir magique de devenir un radar, et toutes antennes dehors, vous allez vous connecter à la nature et vibrer.

Écoutez le bruit des insectes, sentez le vent frôler votre joue, la chaleur du soleil caresser vos paupières, le duvet de vos bras se hérisser, humez les senteurs des fleurs sauvages. Tout est ralenti, mais vous êtes bien vivant et entièrement concentré sur l'ici et maintenant, bercé par une présence à vous-même infiniment douce.

Visualisez une couleur pour traduire cet état intérieur de grande sensualité et dessinez en symbolique un halo de couleur qui vous entoure et vous protège. Lovez-vous confortablement dans cette bulle colorée chaque fois que vous voudrez vous sentir à l'abri.

Levez-vous quinze minutes plus tard, face au soleil, criez à tue-tête : « Je suis à moi seul tout l'univers. » Ce cri primal vous libérera et signera le début de votre renaissance.

Rester en mouvement

Les présentations statiques ennuient les gens. Vous apporterez des stimulants visuels à vos interventions en capitalisant sur les mouvements de votre corps, vos gestes et vos expressions faciales.

Votre gestuelle est votre ponctuation verbale, elle accompagne vos paroles et vos intonations et martèle vos propos par des scansions qui rythment vos certitudes.

Vos auditeurs sentent inconsciemment ce que vous ressentez et répondent à tous les stimuli. Si vous leur souriez, ils vous percevront comme une personne sympathique et accessible, et s'ils sont convaincus de votre sincérité ils prêteront attention à ce que vous dites.

À l'inverse, si vous apparaissez comme mal à l'aise avec eux, ils seront aussi mal à l'aise. Si vous n'allez pas chercher votre auditoire, il se sentira exclu et perdra confiance en vous et en ce que vous dites.

Domptez vos mains et choisissez de les apprivoiser. Quand vous communiquez vous les tordez, les croisez, les cachez dans votre dos, les enfouissez dans vos poches, à moins que vous ne les occupiez à tenir un dossier de chaise, un stylo, un trombone, une branche de lunettes… Que sais-je ? Elles sont si encombrantes parfois qu'il vous faut des dérivatifs pour les occuper.

Certains d'entre vous sont d'une sobriété extrême dans leur prise de parole et ne bougent qu'à peine, d'autres, au contraire, gesticulent tel Don Quichotte et les moulins à vent.

La gestuelle est plus ou moins libre et expressive selon les cultures, et vous observerez que dans le sud de l'Europe, les mains illustrent les propos.

« Peuchère, j'ai pêché un poisson grand comme ça… »

Vous ne verrez jamais la reine d'Angleterre faire des moulinets avec ses mains, ni même l'empereur du Japon s'exprimer de façon volubile avec une gestuelle débridée et suggestive, car la bienséance l'interdit.

Les gestes seraient-ils des marqueurs sociaux ?

En société, vous éviterez de gesticuler, car plus vous bougez plus vous indiquez à vos interlocuteurs un manque de classe significatif, ou un esprit embrouillé.

À l'inverse, lorsque vous prendrez la parole en public, vos gestes pourront s'animer pour rythmer, scander vos propos ou leur donner du poids si vous vous voulez insistant. Les bons orateurs incarnent leurs discours en 3D (verbal, paraverbal, non verbal) afin de :

- faciliter la compréhension ;
- donner emphase et dynamisme ;
- dramatiser leurs idées ;
- favoriser leur idéation ;
- stimuler la participation de l'audience.



BON À SAVOIR

Les gestes sont pléthore, et leurs signifiants nombreux également.

Vous éviterez les gestes suivants :

- croiser vos mains dans le dos ou posture du condamné qui discrédite. En cachant ses mains, c'est une partie de soi que l'on veut cacher ;

- gratter votre nez, autocontact qui indique que vous réfléchissez, que vous hésitez, que vous voulez vous rassurer, ou que vous racontez de gros bobards (geste répété 26 fois par Bill Clinton démentant sa relation avec Monica Lewinsky) ;
- toucher le lobe de vos oreilles car vous traduisez ainsi une méfiance, une gêne et indiquez à votre interlocuteur que vous affûtez votre riposte ;
- fermer vos paupières avant ou après votre prise de parole car en situation délicate, c'est la signature de la mauvaise foi.

Vous retrouverez toutes ces informations dans le livre *Ces gestes qui vous trahissent*, Joseph Messinger, First Psycho, 2013.

Bougez efficacement en restant le plus naturel possible et en traduisant explicitement et expressivement le message que vous voulez transmettre. Vos gestes sont la prolongation de votre mode de pensée, mais aussi l'extériorisation de vos ressentis. Si vos gestes viennent mal à propos ou contrarient ce que vous dites, les effets produits seront catastrophiques dans le pire des cas, et comiques dans le meilleur.

Exemple

Si vous avez pour mission de dynamiser votre équipe en vue d'une action commerciale, vous vous mettrez dans un état interne positif et enthousiaste, vous calquerez votre communication sur vos intentions : posture stable, gestes d'ouverture vers l'autre, sourire large, mouvements assurés et toniques.

EXERCICE

Évaluez votre langage corporel

Voici une grille de lecture pour évaluer votre langage corporel dans toute sa richesse. Notez sur une échelle de 1 à 5 vos observations et vos ressentis, cela vous sera d'une grande utilité pour progresser[3].

Mon non-verbal	Mon évaluation					Mes commentaires
Postures Nerveuse Inconfortable Molle Rigide Retenue En extension ou déployée En soumission ou rétractée	1	2	3	4	5	
Gestes Passifs et lents Agressifs Évasifs et flous Précis Saccadés Parallèles Inachevés Hauts Bas	1	2	3	4	5	
Mouvements corporels Souples Raides Parallèles Mécaniques Inachevés Anarchiques	1	2	3	4	5	

.../...

3. D'après www.toastmaster.org.

.../...

Mon non-verbal	Mon évaluation					Mes commentaires
Expressions faciales Mobiles Statiques Grimaçantes Expressives	1	2	3	4	5	
Contact oculaire Fuyant Soutenu Papillonnant Perçant	1	2	3	4	5	
Sourire Absent Fréquent Franc Retenu	1	2	3	4	5	

Trouver sa voix

Montrer à vos interlocuteurs le plaisir que vous prenez à partager un moment avec eux, c'est une chose, imposer votre force, votre autorité, ou votre poigne, c'en est une autre. C'est votre voix qui donnera le *la.* Et dans le même temps, « il n'y a pas de voix charismatique universelle », affirme Rosario Signorello, chercheur en linguistique et en psychologie à l'université de Californie.

Votre voix représente un élément signifiant de votre communication. Elle met en musique et orchestre vos mots, fait et défait votre auditoire, affiche votre fermeté et votre détermination, votre découragement ou vos atermoiements.

Chaque voix a son ADN, et c'est en cela qu'elle est reconnaissable entre mille, c'est également ce qui la rend unique. Telle une empreinte digitale, elle vient signer et caractériser un individu. Alors, sans plus attendre, tentez de qualifier les voix de certains politiques :

EXERCICE

« Les deux font la paire »

Redonnez à chacune des personnalités politiques suivantes la voix qui la définit :

a/ Le Pen (Marine), b/ Montebourg, c/ Fillon, d/ Royal, e/ Sarkozy, f/ NKM, g/ Mélenchon, h/ Juppé, i/ Taubira, j/ Strauss-Kahn, k/ Macron, l/ Le Pen (Jean-Marie), m/ Hollande

1. Monocorde
2. De sénateur
3. De fumeuse
4. Grandiloquente
5. Veloutée
6. Altière
7. Fragile
8. Professorale
9. De tribun
10. Sans appui

Réponses :

c1 — d2 — a3 — b4 — e5 — f6 — i7 — h8 — j8 — k8 — g9 — l9 — m10.

Votre voix s'immisce au plus profond des tympans de vos interlocuteurs, touche leur intimité, pénètre dans le huis clos de l'oreille interne, là où nul ne s'aventure, et fait vibrer la machinerie de vos pavillons. Qu'elle soit douce ou tonitruante, évanescente ou insistante, qu'importe, elle vous habite, vous subjugue ou vous ensorcelle.

Votre voix vous caractérise et ne ment pas, elle est singulière, versatile, changeante, mutante et cyclothymique, votre voix vous ressemble, vit avec et par vous.

Votre voix émane d'une puissante soufflerie à la complexité inouïe, architecturée autour de muscles, de cavités, de fosses, de liquides, de tissus et de caisses de résonances diverses : le pharynx, la luette, l'épiglotte, le larynx, la langue…

Dotée de pouvoirs magiques, elle montre le chemin, donne le *la*, encourage, réconforte, pousse à l'action, entraîne, motive, distrait, apaise, berce, détend, endort, émerveille, réveille, hérisse, donne du sens, fait frémir, frissonner, vibrer…

Ce drôle de messager transmet toute la palette de vos ressentis et de vos émotions comme un écho fidèle à ce que vous êtes. Si vous n'aimez pas vous entendre, c'est normal, car vous n'entendez pas votre vraie voix, mais celle retranscrite par le biais d'une messagerie restituant souvent un son métallique bien différent du chemin de votre oreille interne.

Vous ne pourrez transformer vos caractéristiques vocales qu'en changeant vous-même car la voix est « La seule voix humaine qui ne ment pas… » (Valéry Larbaud). Si vous allez mieux intérieurement, si vous êtes confiant, votre voix se modulera, se placera, se posera et se sonorisera autrement. Il ne tient qu'à vous de la façonner avec des exercices réguliers et le tour sera joué. Le plus efficace sera de forger

votre confiance en vous, et de revoir l'importance que vous vous accordez.



BON À SAVOIR

Les recherches et les travaux du Laboratoire d'acoustique musicale de l'université Paris VI, dirigés par Émile Leipp dans les années 1970, ont démontré que bon nombre de composantes du son ne sont en réalité que des composantes psychologiques, psychoacoustiques qui se situent uniquement au niveau cérébral, neuronal de la reconnaissance du timbre.

Profiler sa voix

Votre voix révèle vos états intérieurs, elle est le reflet de votre psyché, le baromètre de vos états d'âme :

- est-elle audible ?
- est-elle aimable ?
- est-elle naturelle ?
- est-elle forcée ?
- est-elle expressive ?
- est-elle ennuyeuse ?
- est-elle joyeuse ?

Considérez maintenant ses huit facettes :

- sa hauteur : est-elle dans les aigus, dans les graves ou dans les médiums ? Savez-vous que si vous baissez le ton de

votre voix en faisant un discours, vous obtiendrez 30 % de suffrages féminins supplémentaires ;

- son intensité et son volume : est-elle stridente, assourdissante, vociférante, sourde, douce, forte, ou tonitruante ? Votre volume se calera sur le contenu émotionnel : fort pour la colère, plus faible pour la crainte et la tristesse ;
- son timbre : est-il rauque, enfantin, clair, voilé, granuleux, éraillé, détimbré, velouté, métallique, vulgaire, acide ?
- son expressivité : est-elle artificielle, spontanée, décidée, brutale, tranchante, coupante, sarcastique, agressive, cinglante, pointue, ferme, sécurisante, mielleuse, charmeuse, ironique, mobile ou ennuyeuse ?
- son débit ou son rythme : est-il lent ou rapide, subrepticement « haché » ou imperceptiblement saccadé ? Il est lié à vos respirations, à vos silences, à vos arrêts. Pour changer de rythme, ralentissez le débit lors des phrases importantes, et marquez des pauses. Les personnes qui parlent trop vite oublient de respirer ;
- son intonation : est-elle monocorde, mélodieuse ou chantante, à moins qu'elle ne soit lancinante ? Jouer sur l'intonation, c'est adapter votre voix au contenu émotionnel de votre texte. La congruence veut que vous ne lisiez pas un texte triste avec un air joyeux ;
- ses accentuations : sont-elles nombreuses, absentes, régies par votre respiration ou par le sens du texte ? Ses accents toniques sont-ils marqués, traînants ou inversés ?
- son intelligibilité : est-elle claire, nette, confuse, constante, fluctuante ?

EXERCICE

Caractérisez votre voix

Enregistrez votre voix et écoutez-la attentivement. Qualifiez-la en empruntant au moins trois adjectifs ci-dessous : mielleuse, enjôleuse, joyeuse, lumineuse, gracieuse, prétentieuse, rocailleuse, gouailleuse, ennuyeuse, chaleureuse, autoritaire, posée, alanguie, affectée, empathique, rauque, suave, légère, sèche, froide, profonde, fragile, pétulante, aérienne, tourmentée, chuchotée, étouffée, blanche, vibrante, voilée, fausse, métallique…

....

....

....

Si votre voix vous plaît, gardez-la, si elle vous déplaît, attachez-vous à la rendre plus audible, à articuler, à ralentir votre débit pour trouver le ton juste… Seul c'est difficile, je sais, alors foncez chez un coach vocal qui vous donnera toutes les astuces pour changer de voi(e)x !

Faites appel à Jean Sommer…

Localiser sa voix

La voix s'entend de façons différentes selon les cibles ou les caisses de résonance qu'elle se choisit et selon que le son est projeté : dans la bouche, dans la poitrine ou dans le nez.



« Votre chant est émaillé de feulements, de brisures, d'intonations rauques, D'où cela vient-il ? »

« Quand je chante, bizarrement ça sonne comme un accent de la Louisiane, à la manière d'un vieux bluesman ou d'une folkeuse des États-Unis. Tantôt c'est ténu, tantôt ça retombe, tantôt c'est nasillard, tantôt il y a un vibrato. Ma voix a des allures de montagnes russes ! Comme moi… »

Est-ce un souffle qui s'engouffre dans votre bouche, et donne une voix plate, comme celle des « grenouilles à petite bouche », voix de princesse ou voix de petite fille, voix de Brigitte Bardot ?

Est-ce un souffle issu de votre poitrine, qui génère une voix enveloppante comme celle des chanteurs lyriques ?

Est-ce un souffle qui file par votre nez, et s'exprime d'une voix nasillarde, comme celle des enrhumés.

Changer de voix est un exercice à votre portée. À vous de faire voyager l'air par d'autres chemins et de déplacer les caisses de résonance. Elle signera votre autorité ou pas, votre cohérence, votre foi, votre conviction mais aussi vos fragilités et vos désarrois.

Émoticôner sa voix

Comblez votre auditoire en jouant sur les modulations de votre voix. Pour cela, vous vous entraînerez en vous enregistrant et en vous amusant à faire varier votre débit, votre intonation, votre timbre et votre intensité.

Colorier sa voix

Utilisez les feutres ou les crayons de couleur que sont les émotions. Des études scientifiques ont montré que les émotions dans la voix génèrent une réponse supérieure dans le cerveau de l'auditoire. Les voix expressives qui s'accordent au texte sont mieux retenues que les voix monotones. Ainsi, lorsque votre propos annonce une bonne nouvelle, celle-ci doit s'entendre. Parler en syntonie avec soi, avec son public et avec le message à délivrer est gage d'authenticité et de succès.

Séduire, ou baratiner, tout est dans le ton et dans la voix. La mélodie du bonheur ne s'improvise pas, elle se peaufine, se cisèle, se travaille. Elle ne rencontrera pas le même écho selon que vous susurriez, chuintiez, roucouliez, minaudiez ou émettiez des borborygmes.



Pour charmer et aller droit au cœur de votre dulcinée, jetez-vous à ses pieds en mettant du relief dans vos intonations, en fuyant le ton monocorde ou dramatique, en faisant jouer votre vibrato intérieur à travers la scansion : « Tu es la femme ou l'homme de ma vie. » Vous le direz en jouant sur la palette de vos émotions, pour capter, accrocher, susciter l'attention, mais aussi pour émouvoir.

Deux significations différentes entre :

- « Tu es la **femme ou l'homme** de ma vie » (ce qui compte c'est toi, l'autre) ;
- « Tu es la femme ou l'homme de **ma** vie » (ce qui compte c'est ma vie à moi).

La scansion donne la valeur, le Larousse nous dit qu'elle est l'action ou la manière de scander des vers. Vous l'obtiendrez en individualisant chacune des syllabes, et en choisissant de mettre du poids sur les mots qui auront de l'importance. C'est un rythme donné par un accent tonique virtuel.

Faire vibrer sa voix

Vos émotions déclenchent les meilleures vibrations car en impactant votre respiration elles modulent le ton, la couleur et le dynamisme de votre voix.

À vous de découvrir la richesse de la palette émotionnelle :

Joie	Colère	Peur	Tristesse
Détendu	Agacé	Tendu	Lassé
Satisfait	Énervé	Désorienté	Détaché
Gai	Amer	Inhibé	Fatigué
Optimiste	Envieux	Craintif	Déçu
Généreux	Indigné	Faible	Découragé
Reconnaissant	Furieux	Anxieux	Incompris
Tendre	Enragé	Pessimiste	Abattu
Enthousiaste	Hystérique	Impuissant	Rejeté
Pétillant	Révolté	Paniqué	Déprimé

Premier exemple : la peur au ventre vous raidira et conditionnera vos cordes vocales qui se tendront et feront que votre voix montera sous l'effet de la pression.

Si vous stressez, votre voix grimpera dans les aigus. En démarrant vos phrases dans les graves, vous resterez dans les médiums. Pour garder un débit harmonieux et audible, faites comme si vous racontiez une histoire à un enfant, len-te-ment et en articulant. Nous parlons toujours trop vite.

Second exemple : la gorge nouée limitera votre expression et vous interdira de faire circuler l'air et de respirer à pleins poumons. Votre souffle se cantonnera aux résonateurs que sont la gorge et le masque.

Pour accrocher des émotions à votre voix, exagérez l'accentuation et forcez la scansion comme si vous marquiez un accent tonique sur la partie du mot qui vous semble la plus importante.

Exemple

Au lieu de dire : « Vous êtes tellement intelligent et si cultivé… » sur un ton plat, vous accentuerez les syllabes sur lesquelles vous voulez insister : « Vous êtes **teeeeeeee**llement intelligent et **siiiiiiiiiiiiii** cultivé. »

Au lieu de dire : « Vos jambes sont sublimes » sur un ton monocorde, vous direz : « Vos jambes sont subl**iiiiiiiiiiiiiimes**. »

Au lieu de dire : « Je vous trouve si sexy » sur un ton sans relief, vous direz : « Je vous trouve si **SSSSSSSS**ex**YYYYYYYYYY**. »

Architecturer sa voix

L'articulation est une forme de politesse car en sculptant les mots, vous rendrez votre message audible et vous

en faciliterez sa compréhension. Le fait de vous forcer à articuler en marquant les consonnes et en rythmant les syllabes, induira un ralentissement quasi automatique de votre débit.

EXERCICE

AR-TI-CU-LEZ sans faire sauter le bouchon !

1. Placez délicatement entre vos dents un bouchon puis énoncez l'un des virelangues qui suit sans faire sauter le bouchon.

- « Kiki la cocotte convoitait un caraco kaki à col de caracul. »
- « Papier, panier, piano. »
- « Douze bouses louches sur douze douces couches. »

L'intrus, c'est-à-dire le bouchon, vous obligera à ouvrir la mâchoire et à articuler en faisant péter les consonnes ou les plosives (« consonne qui s'articule par une fermeture du canal buccal suivi d'une ouverture brusque[4] »). Les P et les B sont des plosives en français.

Exemple : « **P**ersonnellement, je vous **p**lains de ne jamais **p**rendre votre **p**etit **p**eton ou **p**lutôt votre **p**ied... »

2. Compliquez l'exercice et répétez chaque formule cinq fois de suite, à toute allure, jusqu'à ce que toutes les phrases soient parfaitement intelligibles.

Les consonnes sont la colonne vertébrale de votre parole, elles viennent architecturer et donner un rythme, une force :

- les gutturales : H, G, qui résonnent dans le gosier ;

4. dictionnaire.reverso.net.

- les palatales : K, R, qui viennent de l'arrière-gorge et du palais ;
- les nasales : M, N, qui résonnent dans le nez ;
- les dentales : D, T, qui s'échouent sur les dents ;
- les linguales : L, R, S, Z, qui passent par la langue ;
- les labiales : P, B, V, F, qui caressent les lèvres.

Orchestrer sa partition

Donnez du rythme à vos paroles en les agrémentant de différents tempos comme une partition musicale sur laquelle votre voix donnera sa mesure. Vous noterez scrupuleusement *via* des slashes les baissements de voix, des flèches montantes pour notifier les aiguës, descendantes pour marquer les pauses. Accompagnez votre voix de gestes et elle se laissera entraîner, se fera plus forte si vous brandissez le poing et s'infléchira au moindre geste simulant un bémol. Le secret réside dans votre préparation, et l'appropriation de votre sujet. Répétez devant votre miroir à haute voix et attachez-vous à connaître sur le bout du doigt votre introduction et vos conclusions. Vous songerez aussi à votre respiration abdominale avant de prendre la parole.



BON À SAVOIR

« Quand vous dites le texte, monsieur Guitry, vous êtes merveilleux, mais c'est dans les silences que vous êtes particulièrement admirable.

– C'est parce que les silences sont de moi. » (Lucien Guitry)

Faites des silences qui en disent long et sachez tenir votre langue ou la tourner sept fois dans votre bouche avant de parler. Vous vous rappellerez que le silence est respiration, respect, qu'il est expression, concentration et qu'il est surtout un temps donné pour l'autre. Le silence revêt mille visages : celui de la désapprobation, du scepticisme, de la sagesse, mais aussi de la colère. Il apporte de la subtilité à la communication, de la stratégie ou des sentiments profonds.

EXERCICE

Orchestrez vos partitions

Entraînez-vous à faire des pauses d'une seconde à chaque virgule, une pause moyenne de deux secondes à la fin de chaque phrase et une pause plus longue de trois secondes à la fin de chaque paragraphe ou transition. Respectez les silences avant de prendre la parole et donnez-vous du temps. Allez chercher l'oxygène sur cinq respirations abdominales profondes indispensables pour démarrer comme un lion.

ET POURQUOI CHANGER

Vous n'avez aucune envie de muer

Qu'est-ce qu'elle a votre voix, d'abord ? Personne ne vous fait répéter, vous vous savez entendu et compris. Vous avez d'autres chats à fouetter que de vous préoccuper de tous les sons qui sortent de votre bouche. Et puis comment pourriez-vous :

- traduire chaque émotion dans votre voix ?
- vous enthousiasmer sur un coup de cœur ?
- ralentir sur une hésitation ?
- vous abstenir sur une interrogation ?
- vous contrôler sur une pause méritée ?
- vous emballer sur une passion cristallisée ?
- vous affirmer sur une conviction forte ?
- hésiter sur une alternative cornélienne ?
- surenchérir sur des objectifs ambitieux ?
- décélérer sur un découragement avoué ?

Vous ne supportez pas les sourires à la 2 € 95

Alors pourquoi prendre cet air de ravi de la crèche qui vous fera passer à tous les coups pour un gros niais. Et puis vous restez persuadé que plus vous sourirez moins vous vous mettrez dans la posture de celui ou de celle qui inspire confiance. Comment gouverner, diriger, manager en souriant, le pouvoir se garde aux accents d'airs martiaux.

Vous préférez laisser faire dame Nature…

Et vous en tenir à ce que vous êtes au lieu de vous obliger à adopter une posture et des gestes qui ne sont pas vous. À aucun moment vous n'avez remarqué que cela entachait votre crédibilité, ni même que cela détournait vos followers ou vos interlocuteurs de votre discours. Que vous soyez raide comme la justice ou que vous ayez l'air de chasser les mouches tel un épouvantail à moineaux, vous n'avez pas l'intention de changer, car vous préférez vous concentrer

sur votre sujet et faire abstraction de toutes ces fariboles. À vous les moulinets si cela vous chante.

De plus, vous n'avez nullement envie de sortir les violons, quant aux émotions, très peu pour vous. Tout ce déballage et ce pathos, c'est d'une indécence. C'est bien dans l'air du temps de pleurnicher, d'user en permanence de la compassion…

ESSAYEZ QUAND MÊME

… OUI, c'est un vaste chantier auquel vous vous attellerez à petits pas, en vous assignant deux objectifs et en vous promettant de les travailler quotidiennement pendant vingt et un jours puisque c'est le temps qu'il faudra à votre cerveau pour créer un automatisme.

Seuls les entraînements, la préparation, l'attention et la discipline vous permettront de capter ce je-ne-sais-quoi, cette savante alchimie qui prend naissance exclusivement au plus profond de votre psyché.



POUR BRILLER DANS LES DÎNERS EN VILLE

Comme Jean Sommer, coach de la voix et de la prise de parole en public, vous parlerez du « mystère de la petite voix » de notre cher président, et vous saurez nous dire en filigrane si elle trahit ou appauvrit la fonction et si elle personnifie la souveraineté ? Vous la qualifierez de voix désincarnée, presque blanche, neutre, monotone, sans médiums ni appuis et manquant de graves.

Vous rajouterez qu'elle signe une forme d'inconsistance, de désengagement, qu'elle traduit doute, manque de confiance, quête d'assentiment. Sans oublier de pointer qu'elle se veut contrôlée, avec un déroulé haché, sans fluidité, monochrome et monocorde, signature d'un sentiment d'hésitation, voire de soumission… Mais l'élève a bien progressé depuis le début de son mandat !

Vous percevez à présent la nécessité de travailler votre organe, de le façonner, de l'apprivoiser en vous remémorant à tout instant qu'il n'est finalement que le reflet de votre personnalité. Tout s'entend : vos évanescences ou vos fulgurances, vos appréhensions, vos hésitations, vos audaces et vos permissions, vos retenues aussi.

Vous êtes-vous posé la question de savoir si votre voix vous représentait vraiment ?

Alors pour faire chavirer les cœurs, tourner les têtes, ébouriffer les esprits, enchanter le monde, séduire et convaincre, donnez-vous la permission de vibrer sans restriction avec une grande amplitude. Vous vous approcherez du charisme.

Opter pour la *sprezzatura*

Ou l'art d'être profond en donnant à voir insouciance et nonchalance. Employez-vous à cultiver votre style et à vous initier à l'art subtil de l'élégance, mais pas n'importe laquelle, pas celle qui est apprêtée, empesée, surfaite ou maniérée, mais bien celle qui ressemble à une nonchalance travaillée, à une grâce ou une désinvolture étudiée. Vous cultiverez l'air de ne surtout pas vous être préparé alors que vous y avez pensé en vous rasant !

Le terme *sprezzatura* est apparu pour la première fois dans *Le Livre du courtisan* (1528), écrit par l'Italien Baldassare Castiglione. Ce dernier le définit comme « la capacité à user en toutes choses d'une certaine nonchalance, qui cache l'artifice, et montre ce qu'on fait comme si cela était venu sans peine et pratiquement sans y prêter attention ».

Cet art du faux-semblant masque l'effort, fuit le maniérisme et prend plusieurs formes dont celle qui s'apparente à un négligé savamment orchestré, laissant croire au naturel.

Quelques exemples :

- déboutonner ses pointes de col de chemise (l'oubli stylé) ;
- porter du maquillage « nude » (effet naturel pour maquillage travaillé sans que cela se voie) ;
- laisser ses poignets de chemise libres de toute attache (le négligé revisité) ;
- ouvrir les boucles de ses « monk straps » (aucune entrave, ni lacets ni boucles).

Qui mieux que Gianni Agnelli, ancien président de Fiat, icône stylistique intemporelle et chiquissime, peut incarner la *sprezzatura* ? Avec sa nonchalance légendaire, « l'Avvocato », a su bouleverser les codes de la mode, en se les appropriant.

Quelle plus belle illustration de la *sprezzatura* que les jardins à l'anglaise ? Mille fleurs, bosquets, fouillis apparents cachant une maîtrise extrême, une coordination et une réflexion esthétique poussée.

Cultiver l'art du contrepoint, c'est fuir le culte de la normalité, c'est ne jamais en faire trop et si possible éviter d'assortir le rose malabar de votre lipstick à vos stilettos ou

à votre Birkin, ou encore d'assortir votre pochette à votre cravate !

Faire preuve de *sprezzatura*, c'est vous abstenir de mettre ce qui est flambant neuf, c'est vous inspirer des Anglais et faire porter vos vêtements par vos *butlers*, valets ou laquais si vous en avez, vos amis ou vos enfants si vous n'avez aucun train de maison, et voilà c'est ça la *sprezzatura* ! Vous voyez que c'est bien plus que se vouloir comme il faut, à la mode, propret, impeccable, assorti, total look, et bien mis des pieds à la tête. Ratage assuré !

L'habit fait-il le moine ? Et si le vêtement ne se contentait pas de signifier ce que vous êtes, et s'il participait d'une création esthétique. Par le vêtement, vous vous transformez et rehaussez subtilement votre ethos social. Le vêtement est image et signe d'appartenance, alors prenez garde aux subtilités des codes, ils sont complexes pour le *vulgum pecus*. Il ne suffit pas de porter un costume de quelques bons faiseurs pour se réclamer de la *sprezzatura*. Sinon cela se saurait.

Vous méditerez sur la profondeur du superficiel à l'instar de Nietzsche quand il disait : « Ces Grecs étaient superficiels par profondeur[5] » et travaillerez votre image telle une œuvre d'art, à condition de rester fidèle à vous-même. Attention, la *sprezzatura* n'est pas le signe du charisme. Elle y participe de par la personnalisation, l'appropriation et la liberté de ton prise avec les codes, mais aussi le naturel.

Bon, vous voilà à peu près présentable, c'est le moins que vous puissiez offrir à vos interlocuteurs.

5. Nietzsche, *Le Gai Savoir*, Préface (IV), GF Flammarion, 2007.

S'ancrer

Quand vous vous apprêtez à prendre la parole, vous êtes effrayé, apeuré, stressé, vos jambes sont flagada et vous suez le cortisol. Vous faites le dos rond, ou telle la tortue vous rentrez le cou, un peu comme si vous vouliez vous cacher, vous vous rabougrissez comme un fruit blet dans un compotier car vous n'avez qu'une idée en tête, virer bonzaï ou disparaître. C'est le moment de vous conditionner, de « faire comme si » avec l'exercice qui suit.

EXERCICE

Trouvez vos racines et vos ailes

Songez que vous êtes un très bel arbre qui se déploie haut dans le ciel.

Rêvez-vous en if, mélèze, cèdre du Liban, en magnifique chêne, en tortueux baobab, délicat jacaranda ou en irrésistible sassafras.

Fermez les yeux, vous y êtes.

Visualisez les racines profondes qui vous arriment à la terre ferme.

Pensez que vos pieds se prolongent dans le sous-sol.

Sentez-vous aussi grand que votre arbre et gagnez des centimètres. C'est ainsi que vous vous connecterez à l'univers et que vous vous donnerez des ailes pour voler en pensant très fort à la chanson : *I believe I can fly*, de R. Kelly.

Respirer, c'est vivre. Sans respiration vous vous éteignez comme une bougie.

Plus vous maximiserez ce flux vital qui circule en vous, plus vous mesurerez l'importance des effets de cette oxygénation et de l'énergie qu'elle transmet.

EXERCICE

Inspirez-vous du Chi Gong

Respirer profondément avec votre abdomen vous donnera une qualité vocale bien meilleure que si vous respirez de façon superficielle, c'est-à-dire depuis le haut de votre poitrine.

Écartez légèrement vos pieds en reproduisant l'espace de la largeur de vos épaules.

Inspirez à fond et remplissez vos poumons en gonflant votre ventre. Recommencez cinq fois pour vous hyperventiler.

Songez que vous êtes toujours ce bel arbre qui vous inspire.

Visualisez ses racines qui prolongent vos pieds et descendent profondément sous terre en vous reliant à l'origine et à l'univers.

Imprégnez-vous de cette énergie terrienne qui irrigue vos jambes et remonte jusqu'au creux de votre ventre.

Pensez à une autre énergie et dessinez un fil invisible qui naît dans votre plexus solaire, et court le long de votre colonne vertébrale.

Étirez ce fil jusqu'à le voir sortir de votre tête et « branchez-vous » à l'énergie céleste, solaire ou stellaire.

Nourrissez-vous de cette nouvelle source de vie.

Sentez à quel point vous devenez fort et inébranlable.

Waouh ! Vous y êtes…

Suivre la bonne voix

Pour y parvenir sans forcer, respirez en vous appuyant sur le diaphragme et déclenchez une voix de poitrine à placer dans le masque pour faciliter la projection.

Pousser son souffle

La puissance de votre voix et la fougue de vos discours s'expriment à travers votre souffle. Montez le son et utilisez la méthode qu'employait Démosthène. La bouche emplie de galets, il se positionnait face à la mer et s'obligeait à parler en couvrant le bruit des vagues.

EXERCICE

Devenez un adepte du jogging vocal quotidien

Travaillez votre souffle et lancez-vous dans cet exercice quotidien :

1. Assis en lotus, paumes des mains en supination sur les genoux, tête bien droite, regard en direction de la ligne d'horizon, **inspirez profondément**.
2. **Expirez** en tournant la tête à droite doucement et en prononçant « Ommmm » tout en faisant résonner le son dans la tête. Puis revenez à la posture 0.
3. **Inspirez profondément**, puis **expirez** en tournant la tête à gauche et en prononçant « Ahhh ». Puis revenez à la posture 0.
4. **Inspirez profondément** en renversant la tête en arrière, puis **expirez** en ramenant la tête au point 0 tout en prononçant « Ihhh » dans un large sourire fendu jusqu'aux oreilles. Revenez à la posture 0.

.../...

.../...

5. **Inspirez profondément**, puis penchez la tête en avant en prononçant « Maaaa » et en expirant à fond tout en faisant résonner le son dans la tête. Revenez à la posture 0.

Même exercice à reproduire au moins cinq fois par jour.

Façonner sa voix et construire son identité vocale

Si vous n'aimez pas votre voix, changez-la en faisant vos gammes !

Typologie	Impact sur l'auditeur	Axes de progrès
Voix nasillarde	Assommant et fatiguant	Changer de caisse de résonance et passer du nez à la poitrine. Se tenir droit et inspirer avec son diaphragme en gonflant son ventre.
Voix étouffée	Bloque la communication	Chanter, articuler, projeter sa voix. Se lâcher et tenter de se faire entendre.
Voix dure	Inspire un malaise Traduit un manque d'affect	Élargir le spectre de ses sons en articulant sur chaque syllabe. Utiliser des virelangues appropriés. Lâcher prise et détendre ses mâchoires.
Voix instable	Manque de confiance	Respirer profondément. Construire son discours, le préparer et se fixer des objectifs.
Voix froide	Éloigne et démotive l'auditoire qui peut décrocher	S'autoriser à exprimer ses émotions et s'investir davantage. Pratiquer la scansion pour donner du relief.
Voix hachée	Nervosité et impatience, très désagréable pour l'auditoire	Respirer à la ponctuation en comptant un temps d'arrêt.

Typologie	Impact sur l'auditeur	Axes de progrès
Voix forcée	Agresse	Parler doucement. Porter les sons en amplifiant les voyelles et en faisant péter les plosives. Garder le naturel.
Voix enfantine	Suggère l'immaturité Affecte la crédibilité	Faire des exercices vocaux chantés. Chercher des sonorités plus graves en prononçant « Ma » jusqu'à ce que le son soit fluide.
Voix ennuyeuse	Endort	Croire à ce que vous dites !

Réveiller le lion qui est en soi

Avoir la niaque, avoir faim, en vouloir, voilà ce qu'il vous faut pour raviver la flamme dans le cœur de ceux que vous voulez inspirer et influencer. Rugissez que diable ! Existez !



À LIRE

La parabole du lion qui se croyait mouton

Un jour, un fermier rentrait chez lui en passant par la forêt. Surpris d'y trouver un lionceau, il décida de le ramener chez lui et le mit au pâturage avec ses propres moutons. Le lionceau grandit et finit par devenir un magnifique lion tout en majesté. Ayant grandi parmi le troupeau de moutons, il se croyait l'un d'eux. Un jour qu'il se promenait près d'un lac, il aperçut son reflet dans l'eau. Il réalisa alors qu'il était différent des moutons et pour la première fois poussa un vrai rugissement.
Anthony de Mello, *Redécouvrir la vie*, Albin Michel, 2014.

Avant de vous lancer, précipitez-vous sur les talk-shows télévisés histoire de vous mesurer à ceux que vous trouvez charismatiques. Attention, ne visez pas trop haut et attendez un peu avant de vous mettre en compétition avec Hillary Clinton ou Barack Obama.

Glissez-vous dans le sillage d'une Sheryl Sandberg, d'une Oprah Winfrey ou d'une Arianna Huffington, ces femmes de pouvoir qui font la pluie et le beau temps et domptent les médias grâce à leur charisme avéré.

Irradier de sa présence

Brillez sans faire d'ombre à ceux que vous côtoyez !

Fermez les yeux et imaginez-vous faire votre entrée dans un salon rempli de monde. Non, vous n'êtes pas top model, pourtant, à l'instant même où vous avez passé la porte, ce fut une apparition. Vous étiez simplement lumineuse et c'est pourquoi à ce moment précis, tous les regards se sont tournés vers vous. Votre présence avait quelque chose de solaire et d'irradiant. Présence à vous, à vos ressentis, à vos émotions, en prise directe avec les autres, une façon de vous mouvoir quasi ondulatoire, une capacité à rythmer votre parole par des gestes déliés, ni agressifs ni ostentatoires. Tout semblait couler de source avec le plus grand naturel.

La présence est liée à la posture, à la spontanéité, à la grâce faite de simplicité, de fluidité, telle une parfaite mosaïque de comportements orchestrés sur un même tempo :

- le regard,
- le sourire,
- la posture,

- la proxémie,
- la démarche,
- la gestuelle.

Adopter les méthodes des bonobos

Joignez le geste à la parole, soyez démonstratif comme le font les bonobos car ainsi vous faciliterez la compréhension de votre message verbal. C'est ce qu'ont découvert les Dr Özyürek et Maris de l'université de Nijmegen. Une saison chez les bonobos, rien de tel pour saisir la force de la gestuelle et l'associer à votre discours…



Les gestes flingueurs

Vous vous dissuaderez de pointer du doigt (geste accusateur et agressif).

Vous ferez l'impasse sur les gestes en pronation (les mains paumes vers le bas), qui font mine de couvrir quelque chose et indiquent la domination.

Vous éviterez les gestes d'autocontact comme se toucher le menton, le nez ou la nuque (manque de confiance en soi, besoin de se rassurer).

Vous vous abstiendrez de toute démonstration d'arrogance (avec des mimiques asymétriques exprimant le mépris).

Vous zapperez les gestes bas (signe de tristesse, déconvenue et manque de dynamisme).

Vous vous garderez de croiser les bras (geste de fermeture).

Vous oublierez de cacher vos mains dans vos poches (mal-être).

Pour devenir un expert en synergologie (analyse du langage corporel), penchez-vous sur les ouvrages de Joseph Messinger, *Le Sens caché de vos gestes*, J'ai Lu, 2002 ou de Stephen Bunard, *Leurs gestes disent tout haut ce qu'ils pensent tout bas*, First Editions, 2014.

Quoi qu'il en soit, à quoi bon vous focaliser sur ce que vous devez faire ou ne pas faire. La seule façon d'avoir la bonne gestuelle, c'est d'être synchrone avec ce que vous êtes. Ainsi, si vous êtes serein, confiant, dynamique et joyeux, votre gestuelle se calquera inévitablement sur ces comportements, et votre *body language* sera celui de quelqu'un de confiant, d'ouvert et d'optimiste.

Alors ne tombez pas dans le piège du coaching superficiel qui consiste à singer une gestuelle, contentez-vous de vous recentrer et de bosser sur l'estime que vous vous portez et sur la mise en musique de votre partition.

QUE RETENIR DE TOUT CELA ?

- Pour accéder au charisme, travaillez votre présence aux autres en arrêtant de vous faire tout petit, de jouer les modestes et en abandonnant l'adage : « Pour vivre heureux, vivons cachés. »
- Cultivez votre différence à tout prix pour laisser une empreinte mnésique qui vous rappellera au bon souvenir de vos interlocuteurs. Alors un peu d'audace que diable, une once de transgression aussi, qu'elle soit vestimentaire, comportementale ou idéative.
- Adoptez la posture des mâles alpha ou mâles dominants, occupez l'espace, déployez-vous à la fois pour marquer votre territoire et faire preuve d'autorité. Cultivez votre présence à vous-même, sans confondre arrogance et confiance en soi.
- Rappelez-vous que votre regard est votre force et un lien supplémentaire tissé avec l'autre. Regarder dans les yeux, c'est

dire : « Je suis crédible, tu peux me faire confiance et si je te dis ce que je vais faire, sois certain que je ferai ce que je te dis. »

- Souriez vous êtes filmé, vous encouragerez à l'échange et apparaîtrez plus amical car « le sourire est le chemin le plus court entre deux personnes » (Charlie Chaplin).
- Joignez le geste à la parole et singez les bonobos pour leur agilité communicationnelle et gestuelle. Ainsi vous accentuerez la force de vos propos et vous vous ferez mieux comprendre, car les gestes clarifient vos intentions.
- Tonifiez votre parole en vous mettant sur la bonne voix et apprenez à en moduler le timbre.

CONCLUSION

Vous êtes rassuré, le charisme se travaille… Seulement voilà, vous allez reposer cet ouvrage sur votre table de chevet et comme chaque fois que vous lisez un livre de développement personnel, vous allez certainement remettre aux calendes grecques vos belles résolutions…

Et si vous vous décidiez vraiment à vous mettre au travail pour acquérir cette capacité mirifique qu'est le charisme.

Dans nos vies respectives où tout passe par l'échange et la communication, le meilleur moyen de développer cette force intérieure porteuse de réussite sera de vous tracer une voie, une ligne de conduite sur laquelle vous vous alignerez patiemment, jour après jour.

Nul n'aurait songé, il y a quelques années encore, s'atteler à ce bastion si bien gardé sous couvert de don quasi divin ! Maintenant que le mystère est percé, à vous de mettre toute l'énergie nécessaire pour apprivoiser vos peurs, faire taire vos démons, et permettre à votre personnalité d'émerger, à vos émotions de se manifester. C'est ainsi que vous donnerez toute votre mesure dans une relation à l'autre équilibrée, généreuse et bienveillante, tout en vous risquant à disséminer vos idées, vos interrogations, vos croyances, vos certitudes et vos valeurs.

Voici venu le temps du leadership, celui où vous sortirez du lot pour devenir l'homme ou la femme providentiels, celui ou celle qui incarne le changement, ose s'approprier le pouvoir, catalyser les opinions, rallier, fédérer, mutualiser.

Au-delà de la connaissance de votre psyché, vous crèverez l'écran en vous désolidarisant des moutons bêlants et moutonnants qui préfèrent rejoindre la pensée unique.

C'est en modélisant les grands rhéteurs de l'histoire que vous retrouverez l'élan oratoire et la verve quelque peu délaissés au profit de discours insipides et lénifiants. Vous y rajouterez un trait d'esprit, le goût de la formule, une pincée de malice, un zeste de repartie spirituelle, une once de légèreté et une pointe d'humour pour pimenter le tout.

Ah ! J'oubliais d'autres éléments fondateurs de votre éloquence, la langue française, la culture et les humanités dont vous vous repaîtrez sans modération.

Ce qui compte c'est le chemin, votre chemin, alors persévérez, car il se pourrait bien que cela vous occupe toute une vie : « Patience et longueur de temps font plus que force ni que rage[1]. »

1. Jean de la Fontaine, « Le lion et le rat », *Fables*, Livre II.

TABLE DES EXERCICES

QUELQUES MOTS SUR LA DIRECTRICE DE COLLECTION

Avec quinze années d'expérience au sein de différents cabinets de conseil et formation Stéphanie Brouard accompagne les managers et leurs équipes à prendre conscience de leurs talents pour relever les défis en toute sérénité et avec plaisir. Elle est spécialisée en ingénierie pédagogique, toujours à la recherche d'approches et de solutions innovantes avec deux idées forces : l'efficacité et le bien-être.

Elle dirige la collection « Et si » et a également dirigé et co-écrit *Manager au quotidien* et *Les outils du développement personnel pour manager* aux Éditions Eyrolles.

Consultez le blog de la collection en vous rendant sur :
https://etsimodedemploi.wordpress.com